



LA SOSTENIBILIDAD

UN DESAFÍO DESDE LA SEMILLA A LA TAZA



Principales resultados del Reporte de Sostenibilidad 2012

Contenido

PARTE 1 / **DESCUBRE LO QUE HAY DETRÁS DEL CAFÉ DE COLOMBIA**

EL CAFÉ, MÁS QUE UN PRODUCTO AGRÍCOLA	6
SELECCIONANDO UN BUEN CAFÉ	8
COLOMBIA, ORIGEN DEL MEJOR CAFÉ DEL MUNDO	10
CALIDAD Y SOSTENIBILIDAD, PROPIEDADES DEL CAFÉ COLOMBIANO	14
CÓMO IDENTIFICAR UN CAFÉ 100% COLOMBIANO	16

PARTE 2 / **LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS**

MENSAJE DEL GERENTE GENERAL	20
SOBRE LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS	22
VALORES Y PRINCIPIOS QUE IDENTIFICAN A LA FEDERACIÓN	24
UN MODELO DE TRABAJO AL SERVICIO DE LOS PRODUCTORES	26
UNIDADES DE APOYO Y DE NEGOCIO	31
MARCAS Y SELLOS QUE POSICIONAN EL CAFÉ COLOMBIANO	34
LA FEDERACIÓN COMO ARTICULADOR DE PROGRAMAS PÚBLICO PRIVADOS	36
UN GOBIERNO GREMIAL ÚNICO Y PARTICIPATIVO	38
CAFETEROS FEDERADOS O CEDULADOS	39
COMITÉ DIRECTIVO	41
¿QUÉ ES EL ESTÁNDAR COSO?	44
PLAN ESTRATÉGICO PARA AGREGAR VALOR A LOS CAFETEROS	45

PARTE 3 / **GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA FEDERACIÓN**

LA SOSTENIBILIDAD CENTRO DE NUESTRA ESTRATEGIA	52
RELACIÓN CON LOS PÚBLICOS DE INTERÉS	62
GESTIÓN ECONÓMICA Y FINANCIERA	68
GESTIÓN PARA EL POSICIONAMIENTO DEL CAFÉ	70
RESUMEN DE LAS PRINCIPALES INICIATIVAS AMBIENTALES DESARROLLADAS POR BUENCAFÉ Y ALMACAFÉ DURANTE 2012	85
EL APOORTE A LOS COLABORADORES DE LA FEDERACIÓN	90
RECONOCIMIENTOS RECIBIDOS POR LA GESTIÓN	97

PARTE 4 / SOSTENIBILIDAD EN ACCIÓN

RENOVACIÓN PARA LA COMPETITIVIDAD DE LOS PRODUCTORES	101
CRÉDITO Y SERVICIOS FINANCIEROS, MÁS OPORTUNIDADES PARA LOS PRODUCTORES	102
GESTIÓN AMBIENTAL CON LOS PRODUCTORES	109
FORTALECIMIENTO DE LA CAFICULTURA CON PROTOCOLOS DE SOSTENIBILIDAD	115
PROTOCOLOS DE SOSTENIBILIDAD INTERNACIONALES CON LOS QUE TRABAJA LA FEDERACIÓN	116
CONECTIVIDAD Y TECNOLOGÍA AL SERVICIO DE LOS PRODUCTORES CAFETEROS	120

PARTE 5 / EL VALOR GENERADO A LA FAMILIA CAFETERA Y AL PAÍS

LA CAFICULTURA COLOMBIANA, EJE DE DESARROLLO SOCIAL DEL PAÍS	124
--	-----

PARTE 6 / CÓMO SE ELABORÓ ESTE INFORME Y TABLA GRI

PRINCIPALES TEMAS MATERIALES	139
TABLA DE INDICADORES DEL GLOBAL REPORTING INITIATIVE	140



PARTE 1

DESCUBRE LO QUE HAY DETRÁS DEL CAFÉ DE COLOMBIA

El café, más que un producto agrícola

El café ha sido considerado por siglos como uno de los productos agrícolas más ricos, versátiles y de mayor impacto en millones de comunidades de centenares de países.

Su cuerpo, aroma y sabor ofrecen al consumidor una experiencia que va más allá del placer físico y trasciende hasta producir efectos que en muchos casos reconfortan las emociones y complementan la vida social y laboral de miles de personas en el mundo.

Los atributos del café están enmarcados por unas características especiales que van desde el tipo, las condiciones y manejo del cultivo, el procesamiento del grano y el seguimiento de la cosecha; hasta todo el proceso posterior que finaliza con la bebida lista para ser degustada.

Más que un producto de consumo cotidiano, 125 millones de productores de más de cincuenta países lo tienen como su fuente de ingreso y crecimiento en países en vías de desarrollo. Lo cual no se limita sólo a una actividad transaccional sino que abarca toda una riqueza cultural y social propia de las zonas que tienen el privilegio de producirlo para miles de millones de consumidores.

Así mismo, el cultivo también es visto desde una perspectiva medioambiental que desafía y propone altos estándares vinculados al uso eficiente y a la conser-

vación de los recursos naturales, vitales para el crecimiento y sostenibilidad de la caficultura y de las regiones productoras.

Adicionalmente, y a pesar de que es una bebida habitual en varias sociedades, el café sigue siendo uno de los productos agrícolas que ha tenido mayor y más rápida penetración en decenas de mercados y aun hoy continúa expandiendo su frontera de consumo. Desde los siglos XIX y XX es un bien que tiene una alta relevancia para el comercio internacional y cuyo intercambio ha estrechado las relaciones entre los llamados “países del Norte”, primordialmente consumidores; y los “países del Sur”, localizados en zonas tropicales, con vocación productora. Es, en suma, un producto que se ha aprovechado del aumento de las relaciones comerciales que trajo consigo la globalización.

También vale la pena recordar que buena parte de los millones de productores de café de todo el mundo, siguiendo los patrones de producción agrícola globales, poseen pequeñas propiedades que no superan las 5 hectáreas, en las que se producen cantidades relativamente menores. No es común que un consumidor pueda beber café de una finca específica. De esta forma, la capacidad de los pequeños productores para asociarse y desarrollar prácticas comunes también diferencia a las culturas cafeteras alrededor del mundo.



Todo lo anterior enmarca al café como un producto agrícola especial, cuya calidad es el resultado de la óptima combinación de distintas variables desde la semilla, la planta y su entorno hasta la cosecha y otros procesos posteriores. Por esto, al valorar rigurosamente la calidad de un buen café es imposible olvidarse de los diferentes actores involucrados a lo largo de la cadena cafetera, así como de la especial condición que le agregan su lugar de origen y las dimensiones de sostenibilidad social y ambiental propias de su entorno.

Seleccionando un buen café

En el mundo crece el número de personas que saben que el café es mucho más que una bebida y que conocen la directa relación entre su origen y su calidad. Adicionalmente cada vez son más los consumidores que buscan tener una experiencia más profunda alrededor de su consumo, que no se limita sólo al sabor y a la calidad, sino que además conlleva conocimiento del producto que toman.

Existen algunos indicadores que cualquier consumidor puede tener en cuenta y que pueden ser útiles a la hora de considerar un café de excelente calidad:

- **Origen del café:** Conociendo la procedencia se pueden identificar con facilidad otras características que inciden en la calidad de un buen cafetal como la especie y la forma en la que se cultiva, la altura, temperatura promedio y tipo de suelo donde creció la planta; la tradición y experiencia de los productores, así como su trayectoria y prácticas para garantizar la calidad de su producto.
- **Cuerpo y acidez:** Al probar el café, el consumidor puede sentir características organolépticas claves, como el cuerpo o la acidez, que en alto grado es recomendable para quienes prefieren cafés más suaves, así como notas discriminantes asociadas con procesos esmerados de selección y control de calidad.
- **Aroma:** Hace parte de los indicadores de calidad que pueden experimentarse en el proceso de preparación de la bebida y que genera conexiones sensoriales muy estimulantes para los consumidores que están en el camino de ver al café como una experiencia que integra elementos adicionales a los sabores.
- **Memoria gustativa:** Tiene que ver con los sabores que pueden sentirse en cada sorbo de café; el consumidor puede experimentar, teniendo en cuenta el origen, la variedad y el tipo de café, sabores ligados al caramelo, chocolate, nuez o a ciertas frutas y de esta forma identificar el de su preferencia.
- **Perdurabilidad o sabor residual:** Es el sabor que permanece después de terminada la taza, que en el caso de los buenos cafés se prolonga excepcionalmente, enriqueciendo la experiencia de la bebida.

RECOMENDACIONES A LA HORA DE ELEGIR UN BUEN CAFÉ

Los cafés arábicos suaves crecen a mayores alturas y tienen un cuidadoso proceso de selección y de procesamiento luego de su recolección.

1

2

No todos los cafés arábicos son suaves, pero sí todos los cafés arábicos suaves son “lavados”. Este procesamiento consiste en separar, mediante el beneficio húmedo, la semilla del café de los residuos de la pulpa de la cereza del fruto antes que estos últimos afecten el sabor de la primera. De esta forma, se separan la pulpa y la cáscara antes que estos afecten el sabor de la almendra de café.

Los cafés sembrados sobre los 1.200 m.s.n.m. y en montaña brindan sensaciones diferentes. Ello le aporta mayor diversidad de sabores y acidez, atributos altamente valorados por los especialistas.

3

4

Recuerde que detrás de una taza de café siempre debe haber preocupación por el medio ambiente, la sostenibilidad y el impacto social.

Reconozca y pregunte por el origen. De esta forma se puede premiar el esfuerzo del productor y valorar mediante la compra, el trabajo y la pasión detrás de la producción de un café de excelente calidad.

5

Colombia, origen del mejor café del mundo

Las montañas de Colombia le ofrecen al mundo un café incomparable, cuya calidad supera cualquier estándar. Este producto de taza limpia con acidez relativamente alta, suave, de cuerpo balanceado y aroma pronunciado se enmarca dentro de un perfil históricamente reconocido de inmejorable calidad.

Las cualidades del café de origen colombiano sólo pueden lograrse como resultado de sembrar las especies y variedades vegetales óptimas que respondan a las particularidades de un entorno de alta montaña, con riqueza en tipos de suelos y de climas. Sumado lo anterior se encuentra una especial vocación de cuidado en todas las fases del proceso desde la siembra, pasando por la recolección y la post cosecha. En todas ellas se distingue el énfasis de los productores colombianos por la calidad que se asocia al trabajo esmerado y atento a cada detalle.

La zona cafetera de Colombia abarca alrededor de 3,5 millones de hectáreas y se extiende por casi la totalidad del territorio montañoso del país, en rangos de

altura que oscilan mayoritariamente entre los 1200 y los 1900 metros, altitud en la que el cultivo crece en condiciones altamente favorables.

Otros dos factores muy relevantes de la zona cafetera colombiana que potencian la excelente calidad de su café son su clima y sus suelos.

La cercanía del país a la línea ecuatorial permite que la radiación solar influya en las temperaturas que se registran en las regiones montañosas dando como resultado microclimas que oscilan en los rangos óptimos para el crecimiento de la planta. Así mismo, los contrastes entre las temperaturas del día y las que se presentan en las noches facilitan la generación de azúcares y elementos que posteriormente van a materializarse en su acidez y cuerpo balanceado.

Por su parte, los suelos de la región cafetera de Colombia son naturalmente fértiles. En su mayoría están derivados de cenizas volcánicas cuyas propiedades hacen innecesario el uso de elementos



menores como el Zinc o el Boro y reducen la necesidad del uso de fertilizantes frente a muchos otros países productores.

Es en esas montañas y en estos suelos donde habitan 560 mil familias productoras de café en Colombia, cuyo tamaño promedio de cultivo apenas supera las 1,6 hectáreas. Se trata de productores de comunidades indígenas, descendientes de inmigrantes europeos, mestizos, afrocolombianos que habitan cerca de 600 comunidades rurales distribuidas en los Andes colombianos. Estos productores se han unido en torno a prácticas de calidad comunes y mecanismos de acción colectiva enfocados en torno a proyectos de sostenibilidad que, como lo veremos a lo largo de este informe, también hacen excepcional al Café de Colombia.

Alrededor de este esfuerzo colectivo la industria del café colombiano se ha convertido en un referente mundial por ser pionera en el desarrollo de un sistema

de aseguramiento de calidad que ha trascendido a centenares de miles de productores y que incluye entre otros la adopción de estándares mínimos aplicables al café apto para exportar, la aplicación de conocimiento científico para la selección de variedades y semillas, y el apoyo al productor con asistencia técnica a través de extensión rural.

De esta manera se cumple con los parámetros verificados en laboratorios y puertos antes de que el café pueda ser embarcado a los distintos continentes que hacen parte de la ruta de exportación del producto.

Estas verificaciones corroboran la calidad desde la salida del grano de la finca hasta el puerto de exportación, pasando también por el cumplimiento de las regulaciones de garantía de origen para el café tostado y empacado por terceros.

Con todos estos procesos se logra llevar a todos los rincones del mundo, un producto excepcional, serio y confiable, que cautiva a los paladares más exigentes.



ATRIBUTOS Y ELEMENTOS QUE HACEN ÚNICO AL CAFÉ COLOMBIANO

Cuerpo balanceado: Lo cual intensifica su sabor particular. Este atributo está vinculado con los aceites y sustancias propias del grano durante todo su proceso de tratamiento.

Suavidad: En Colombia se cultiva café 100% de la especie Arábica, lavado, que crece en alturas que oscilan prioritariamente entre los 1200 y los 1900 metros.

Menor cafeína: Los granos de la especie arábica tienen un contenido de cafeína del grano relativamente bajo, entre un 0,9% y un 1,5%.

Selección de variedades. Las variedades de café Arábica que se recomiendan a los agricultores han sido probadas desde diferentes ángulos por científicos colombianos. Ellas son: Típica, Borbón, Tabí, Caturra, Colombia, Castillo® y sus variantes regionales.

Acidez alta: Este atributo se asocia con la sequedad que el café produce en el paladar y resulta un diferencial clave en la sensación que produce la bebida. Las características especiales de temperatura y suelo colombiano, complementadas con los procesos de selección, generan azúcares y elementos que tienen un efecto directo sobre su acidez particular y por ende sobre la suavidad que lo caracteriza.

Sabor especial: Es la consecuencia de la unión perfecta entre óptimos atributos de acidez, aroma y cuerpo cuyo resultado permitirá sentir en la bebida sabores asociados al caramelo, chocolate, frutas, o almendras, según sea el caso.





Entorno óptimo de alta montaña: La zona cafetera colombiana permite que los cultivos estén en suelos de sedimentación volcánica, ricos en elementos. Además crecen bajo una temperatura media que oscila entre los 19 y los 21.5 grados de temperatura. Condiciones excepcionales que diferencian la calidad del producto final.

Cuidado y recolección manual, garantía de calidad: Los cafeteros colombianos han desarrollado por generaciones una obsesión por el producto reflejada en su cuidado esmerado, en su mayoría manual, en cada una de las fases del proceso productivo y de post cosecha. El café representa para ellos una cultura y un legado, es mucho más que un producto comercial.

Respaldo al producto: Detrás del café colombiano está la ciencia de Cenicafe, la labor del Servicio de Extensión y el control de calidad aplicados para garantizar el origen y la diferenciación a clientes de todo el mundo.

Aporte al desarrollo social y pacificación: El café ocupa el primer lugar como producto agrícola generador de divisas y empleos a nivel rural en Colombia, por lo tanto tiene un impacto enorme en el crecimiento y estabilidad del agro del país.

Cobertura y reconocimiento internacional: En 2012 existían más de 588 marcas de café comercializadas alrededor del mundo que formaron parte del Programa café 100% colombiano. Estados Unidos es el primer país consumidor de café colombiano; para el 50% de los estadounidenses el café de Colombia es catalogado como el mejor del mundo.

Calidad y sostenibilidad, propiedades del café colombiano



Comúnmente el café tostado que se distribuye en tiendas y grandes superficies es elaborado a partir de la mezcla de distintos orígenes. Desafortunadamente, con frecuencia se desconoce el esfuerzo y significado que hay detrás de producir una taza de café colombiano. En Colombia, el café más que un producto, es parte de una cultura.

Para saborear una taza de café única cuya calidad supera cualquier estándar, es importante recordar que el producto es el resultado de la pasión y trabajo de muchas personas que intervienen para que cumpla con la promesa de calidad difícilmente replicable por cualquier otro origen de café en el mundo.

El proceso de investigación y desarrollo de las variedades es llevado a cabo en Colombia por el Centro Nacional de Investigaciones de Café conocido como

Cenicafé, y el cual es considerado como el más avanzado de su género en el mundo.

Para la adopción de estas tecnologías y la ejecución de programas técnicos, sociales, económicos, ambientales y gremiales, los productores colombianos tienen a su disposición asesoría y acompañamiento técnico de primer nivel, conocido como el Servicio de Extensión de la Federación de Cafeteros. Así mismo, el productor aplica las prácticas recomendadas durante la siembra y el proceso de post cosecha; es decir, el despulpado, lavado y secado de las cerezas de café. Todas estas actividades requieren de un cuidado minucioso, que está personalizado en toda la cadena productiva, lo cual constituye un diferencial innegable.

No solo la calidad hace que sea único el café colombiano, sino también su permanente esfuerzo

colectivo por alcanzar una plena sostenibilidad. El impacto provocado por la inserción de centenares de miles de campesinos a los mercados internacionales con un producto de altísima calidad ha generado un desarrollo importante en las comunidades rurales del país. Los 560 mil productores agrupados bajo la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (FNC) han contribuido junto con su organización al fomento de una cultura empresarial en las zonas rurales colombianas. A través de este informe se citan numerosos ejemplos de estas iniciativas; tales como, los 129 mil productores que cumplen con estrictos protocolos internacionales de sostenibilidad, los 13.820 cafeteros capacitados en gestión empresarial en el último año, la renovación de 117 mil hectáreas de cafetales mejor adaptadas al cambio y la variabilidad climática, o las vías e infraestructura rural construidas por esta única organización a lo largo de su historia.

En el ámbito social, el café juega un papel fundamental en el contexto rural colombiano. En medio de la situación de violencia que afecta a muchas comunidades rurales del país, el cultivo del café ha sido sin duda un factor de estabilidad social y económica que ha contribuido significativamente a la pacificación de la región cafetera colombiana. Estas zonas tienen un tejido social más fuerte, una mayor presencia y acceso a programas de apoyo, y una mayor capacidad de interlocución y de gestión con diferentes actores locales, nacionales e internacionales. Esta capacidad de generar una acción colectiva positiva habla de la importancia que tiene la FNC y sus Comités de Cafeteros en todo el país, pues es a través de estas instituciones que los productores generan y aprovechan las herramientas necesarias para mejorar sus condiciones económicas y su calidad de vida a nivel individual y comunitario.



Cómo identificar un café 100% colombiano

El café que lleva el Logo 100% Café de Colombia es un producto sin mezclas, hecho a base del mejor café del mundo.

Detrás del Café de Colombia está presente la Federación Nacional de Cafeteros como una organización única en el mundo que agremia, representa y trabaja por mejorar la calidad de vida de las comunidades productoras de café del país; que enfoca todos sus esfuerzos en garantizar la calidad, autenticidad y consistencia del producto desde la semilla a la taza, así como el logro de más y mejores oportunidades comerciales para el café colombiano en el mercado global; entregando a clientes y consumidores una garantía de origen que se diferencia frente a cualquier productor del mundo.

Para promover y comunicar los atributos especiales del origen 100% café colombiano la Federación Nacional de Cafeteros creó el Programa Garantía de Origen con el cual certifica que el producto realmente proviene de la zona cafetera colombiana y que por ende responde a los estándares superiores de calidad que allí se tienen.





La marca ingrediente -Logo Café de Colombia identifica el origen en los empaques de marcas que contienen 100% Café de Colombia, garantizando la calidad y señala además que quien lo distribuye comparte los valores y la cultura de trabajo apasionado y arduo que desde el país tienen los cafeteros. Así mismo existen otros sellos de garantía de origen, como el Denominación de Origen Café de Colombia o el de Indicación Geográfica Protegida de la Unión Europea, que también aseguran la autenticidad del café 100% colombiano.



PARTE 2

LA FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS

Mensaje del Gerente General

Presentamos una nueva edición del Informe de Sostenibilidad de Café de Colombia y la Federación Nacional de Cafeteros. En esta ocasión, atendiendo las sugerencias y recomendaciones de clientes y otros grupos de interés, así como las observaciones recibidas de productores cafeteros de todo el país, hemos cambiado la estructura del informe con el fin de hacer su lectura más sencilla. Es por esta razón que tenemos diferentes formatos, uno más extenso y dos más concisos dirigidos primordialmente a consumidores y desde luego a los productores de Café de Colombia, que son el objeto de nuestra misión y visión.

Desde el punto de vista de la ejecución de actividades de la Federación es particularmente satisfactorio reportar que en 2012 nuestra organización nuevamente multiplicó más de 3,4 veces los aportes de los productores por contribución cafetera. Apalancar este nivel de recursos adicionales es posible gracias a nuestra tradición de seriedad, profesionalismo y transparencia, que permite concebir y desarrollar proyectos financiados por gobiernos, clientes y entidades de cooperación nacionales y extranjeras.

De esta forma, y gracias a la capacidad que tenemos de pasar del diagnóstico a la implementación y la acción colectiva y efectiva, durante el 2012 el valor total de las iniciativas asociadas a los programas de Sostenibilidad en Acción, incluyendo los aportes de los productores en sus fincas y otras contribuciones

en especie, alcanzó USD\$ 409 Millones (COP **\$736** mil millones).

El 2012 será sin duda recordado como el año en el que terminaron los efectos de la ola invernal que azotó a nuestro país por casi tres años consecutivos, afectando significativamente la productividad del cultivo y por ende la cantidad de café cosechada. También durante el año, nuestro esfuerzo consistente y coherente de adaptar la caficultura colombiana al cambio y la variabilidad climática permaneció como meta institucional y principal objetivo estratégico. Logramos mantener un ritmo de renovaciones de cafetales que superaron las 117 mil hectáreas intervenidas, la gran mayoría establecidas mediante la siembra de variedades resistentes a la roya. La llamada inmunización de la caficultura colombiana frente a este hongo, que desde finales del 2012 comenzó a afectar a otros países productores de café arábico suave, se constituirá sin duda en uno de los principales factores para la sostenibilidad de la caficultura colombiana en los próximos años.

Este esfuerzo también conlleva una nueva apuesta por la productividad. En los últimos años hemos sembrado el parque cafetero del próximo decenio con variedades más resistentes y productivas, que en sus ciclos jóvenes generarán mayores productividades y fortalecerán el ingreso del productor.

No obstante estas buenas noticias desde el ángulo de la reconversión productiva y la adaptación al cambio

climático, el 2012 también será recordado como el final de un ciclo de precios altos, muy favorables para los productores. En un contexto de recuperación de la producción empezaron a deteriorarse las cotizaciones internacionales, situación que aunada a una apreciación de la moneda nacional frente al dólar, produjo una caída en el precio interno de compra del café.

Como resultado, la rentabilidad de la actividad se vio significativamente afectada, razón por la cual desde mediados del año, los líderes gremiales cafeteros comenzaron a expresar su preocupación ante diferentes instancias del gobierno nacional. Hacia finales del mes de octubre se materializaron los primeros apoyos al ingreso del caficultor, como una medida que esperamos se fortalezca con el paso de los meses.

Así, el año 2013 genera incertidumbre en torno a los precios pero también mejores expectativas en cuanto a la productividad, que deberá retornar a sus niveles históricos. Esperamos que la mayor producción esperada contribuya a atenuar la caída en las cotizaciones.

Este nuevo ciclo de precios bajos que se avecina seguramente generará tensiones e incertidumbre. Sin embargo, el trabajo realizado hasta el momento nos da las bases para afrontarlo de una mejor manera, con mayor productividad y competitividad. Cuando termine, seguramente el Café de Colombia y sus productores saldrán fortalecidos gracias a la inversión estratégica realizada durante los últimos años.



A stylized, handwritten signature in black ink, consisting of a large initial 'L' followed by a series of loops and a long horizontal stroke.

Luis Genaro Muñoz Ortega
Gerente General

Federación Nacional de Cafeteros de Colombia

Sobre la Federación Nacional de Cafeteros

Administrando con pasión los intereses del café de Colombia

El café es el producto agrícola que históricamente ha generado para Colombia los más importantes desarrollos sociales, económicos e incluso culturales. Así mismo, por años ha representado innegables oportunidades comerciales.

Desde principios del siglo XX, los cafeteros colombianos vieron la necesidad de crear una organización que los representara nacional e internacionalmente, que velara por su bienestar y el mejoramiento de la calidad de vida de ellos y sus familias. Así nace en 1927 la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia -FNC.

La FNC es una institución sin ánimo de lucro que combina la visión empresarial, el apalancamiento de recursos nacionales e internacionales y la representación gremial con la misión de generar bienestar para los productores y sus familias a través de la provisión de bienes públicos. Está constituida por los productores de café del país y sus líderes gremiales se eligen entre quienes acrediten la condición de cafeteros federados con fundamento en los criterios establecidos en los estatutos del gremio aprobados por el Congreso Nacional de Cafeteros. Son estos cafeteros cedulados, es decir quienes poseen la cédula cafetera, quienes eligen o someten su nombre para ser elegidos en los órganos de representación gremial de la organización como son los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros. Así las cosas, cada cuatro años se realizan las elecciones cafeteras, proceso democrático en el cual se eligen los miembros de los 15 Comités Departamentales

de Cafeteros y de 366 Comités Municipales de Cafeteros. Asimismo, es el mismo Congreso Nacional de Cafeteros, que se reúne anualmente de manera ordinaria y está compuesto por los miembros de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros, quien a su vez, nombra al Comité directivo de la Federación, que hace las veces de junta directiva.

Hoy por hoy puede decirse que el principal propósito de la Federación es orientar, organizar, fomentar y regular la caficultura colombiana procurando el bienestar del caficultor a través de mecanismos de colaboración, participación y fomento de carácter económico, científico, tecnológico, industrial y comercial, buscando mantener el carácter de capital social estratégico de la caficultura del país.

Para cumplir con lo anterior, la Federación tiene presencia en las comunidades más importantes de la zona cafetera. La Oficina Central se encuentra en Bogotá y cuenta con dependencias administrativas en la sede de los Comités Departamentales de Cafeteros de las capitales de 15 departamentos. Para la prestación de asistencia técnica a los productores, la Federación cuenta además con más de 1.500 profesionales y técnicos adscritos al Servicio de Extensión, los cuales brindan apoyo y asesoría en temas de cultivo e institucionalidad cafetera en las regiones.

Adicionalmente, la FNC cuenta con Cenicafé que es un centro de investigaciones; administra y opera la Fábrica de Café Liofilizado Buencafé y tiene presencia

PRESENCIA INSTITUCIONAL



en los puertos de exportación por donde se embarca el café colombiano. Dentro de sus inversiones e iniciativas se incluyen la Fundación Manuel Mejía, enfocada en temas de educación y capacitación a productores y colaboradores; Almacafé encargada de la operación logística y los controles de calidad en puerto; el Parque Nacional del Café que busca apalancar el desarrollo turístico cafetero, y Procafecol, que es la empresa operadora y generadora de valor agregado alrededor de las [Tiendas Juan Valdez®](#).

En su condición de representante legítima de los intereses de los productores, gracias a sus mecanismos democráticos e inclusivos, la Federación administra el Fondo Nacional del Café, que es una cuenta en la que son depositados los recursos del ahorro colectivo de los productores con destino único a la provisión de bienes públicos que los benefician, independientemente de si se trata de cafeteros cedulados o no. Entre estos bienes públicos se incluye la investigación, la extensión, la transformación productiva, la promoción y posicionamiento, la garantía de compra y la conectividad. Para proveerlos, la FNC busca alianzas con entidades del orden nacional e internacional para el desarrollo de programas y proyectos apalancados en el ahorro de los productores.

Valores y principios que identifican a la Federación

Desde sus inicios, la Federación ha mantenido el compromiso permanente con la sostenibilidad de los caficultores. Su misión ha sido la misma durante más de 85 años: Asegurar el bienestar del caficultor colombiano a través de una efectiva organización gremial, democrática y representativa.

El compromiso, la responsabilidad, el liderazgo y la honestidad son los pilares fundamentales que hacen que un trabajador sea parte activa de la Federación.



VALORES Y PRINCIPIOS QUE IDENTIFICAN A LA FEDERACIÓN

UN COLABORADOR DE LA FEDERACIÓN SE DISTINGUE POR CUMPLIR CON LOS SIGUIENTES PRINCIPIOS:

Compromiso

En cada decisión que se debe tomar, buscar primero el beneficio del cafetero.

Búsqueda del bien común

Estar en disposición de ceder un beneficio particular ante una opción que beneficie al gremio en general.

Responsabilidad

Asumir las consecuencias de los propios actos.

Liderazgo

Capacidad de influir de manera positiva tanto interna como externamente.

Disciplina

Seguir normas y procedimientos previamente acordados; acatar decisiones aun sin estar de acuerdo.



Creatividad

Tener actitud positiva frente al cambio y buscar nuevas alternativas (innovación).

Proactividad

Tener siempre una actitud positiva y activa ante las tareas y deberes.

Honestidad

Actuar con rectitud y utilizar los recursos en aquello para lo cual han sido destinados.

Transparencia

Actuar abiertamente y tomar decisiones a la luz de todos los públicos de interés.

Un modelo de trabajo al servicio de los productores

La Federación cuenta con un modelo de trabajo enfocado a maximizar y estabilizar el ingreso de los productores y mantener la competitividad mediante la provisión de bienes públicos, disponibles para todo el sector.

En la finca, para la producción de café cereza, los caficultores reciben los beneficios de la investigación a través de la asesoría técnica que presta el Servicio de Extensión de la FNC, el cual incluye el acceso a los programas de transformación productiva e incremento de la productividad y la competitividad. Una vez que los productores venden su café a las Cooperativas o a terceros, acceden a la garantía de compra permitiéndole obtener el mayor precio posible de mercado, fortaleciendo su capacidad negociadora en los mercados locales.

Adicionalmente, la FNC desarrolla su estrategia de posicionamiento del café colombiano a través de sus filiales, oficinas en el exterior, marcas y campañas, con el propósito de fidelizar a los consumidores en todo el mundo y superar la trampa de los productos básicos que afecta el café, mediante estrategias de diferenciación. Asimismo, y más recientemente, la FNC ha emprendido estrategias de digitalización y conectividad para proveer más y mejores servicios en las zonas rurales.

Como se ilustra en el siguiente diagrama, desde la perspectiva de un caficultor, esta estructura opera desde la finca con apoyos directos y se extiende hasta la comercialización del café procesado. Aunque el café adquirido por las Cooperativas puede ser vendido a terceros o seguir en la estructura institucional, mediante la comercialización en verde para ser exportado o ser procesado por la Fábrica de Café Liofilizado Buencafé, los beneficios trascienden a todos los productores puesto que todos ellos se benefician de la competencia e innovación que ejerce la FNC en centenares de mercados locales. Para llevar a cabo esta compleja tarea se han desarrollado una serie de estrategias y acciones soportadas en unidades de apoyo y de negocio.

En este sentido, la inversión en bienes públicos se realiza con los ingresos por contribución cafetera (ahorro colectivo de los productores), los márgenes de comercialización del café verde y procesado y las regalías de uso de la marca Juan Valdez®. Adicionalmente la Federación gestiona recursos complementarios a través de programas de cooperación nacional y extranjera con el fin de escalar y complementar los recursos.

LAS SIGUIENTES SON LAS PRINCIPALES ACTIVIDADES DE LA FNC:

- **Transformación productiva:** acciones enfocadas a consolidar una caficultura productiva y competitiva.
- **Asistencia técnica:** brindada a través del Servicio de Extensión de la FNC, compuesto por técnicos y agrónomos que apoyan a los productores para asegurar la calidad y el uso de mejores prácticas en los procesos productivos, así como para la implementación de programas de gestión empresarial, transferencia de tecnología, cafés especiales, competitividad y crédito.
- **Investigación científica:** generación de tecnologías y conocimientos apropiados, competitivos y sostenibles para aumentar la productividad, competitividad y rentabilidad de la actividad y así contribuir al bienestar de los caficultores colombianos.
- **Garantía de compra:** aseguramiento de compra del café a un precio transparente de mercado, cerca de la finca, sin límite de cantidad, con pago de contado y en forma permanente, reduciendo los costos de transacción a los productores e induciendo la competencia por el café en los mercados locales de los 588 municipios donde se produce café en Colombia.
- **Control de calidad a las exportaciones:** actividad que contribuye a la política institucional de diferenciación y respaldo al producto para asegurar la reputación del café colombiano y la generación de primas a favor de todos los productores cafeteros. Se complementa y fortalece con los sistemas legales de protección del origen del Café de Colombia, y los esquemas de certificación de producto adelantados por Almacafé, mediante CAFECERT.
- **Promoción y posicionamiento:** comprende la puesta en marcha de estrategias de marca y comercialización para generar mayor valor agregado a los productores, así generar acciones de defensa del origen y posicionamiento del café de Colombia como el mejor del mundo.
- **Inversión en tejido social:** programas e inversiones permanentes para el desarrollo de los productores y las comunidades rurales en áreas cafeteras.
- **Conectividad:** Generar acceso y contenido digital dirigido a productores.

BIEN PÚBLICO

FINANCIACIÓN: Contribución cafetera / Utilidades de comercialización de café verde y p

INVERSIÓN SOCIAL	ORDENAMIENTO PRODUCTIVO INVESTIGACIÓN CIENTÍFICA SERVICIO DE EXTENSIÓN	GARANTÍA DE COMPRA	CONTROL DE CALIDAD COMERCIALIZACIÓN
			
FNC Cooperación de Terceros	Cenicafé Servicio de Extensión Fundación Manuel Mejía	Cooperativas de caficultores Almacafé Gestión Comercial	Almacafé Gestión Comercial

UNIDAD DE NEGOCIO

Este modelo de trabajo está fundamentado en los productores de café, quienes son los principales beneficiarios y a su vez son los tomadores de decisiones al momento de plantear las prioridades, los desafíos y estrategias de la caficultura colombiana en el Congreso Nacional de Cafeteros. Junto con una estructura organizacional transversal que permite una presencia regional y una mayor eficiencia y transparencia en su misión de velar por el bienestar de los cafeteros y sus familias.

Lo anterior se materializa a través de un Directorio, Comités Departamentales y una estructura administrativa en cada una de las regiones.

Procesado / Regalías

DE CALIDAD
ALIZACIÓN

POSICIONAMIENTO
REGALÍAS / UTILIDADES



CAFÉ INDUSTRIALIZADO
Y CONSUMO FINAL

CAFÉ VERDE EXPORTADO



CAFÉ PROCESADO



café
Comercial

Marketing (Marcas)
Oficinas en el exterior
Procafecol / Buencafé

PARA SABER MÁS SOBRE LA GESTIÓN DE LA FEDERACIÓN
CON LOS PRODUCTORES Y LA INVERSIÓN EN TEJIDO
SOCIAL VAYA A LOS CAPÍTULO 3 Y 4

PARA CONOCER MÁS ACERCA DEL GOBIERNO
CORPORATIVO Y ESTRUCTURA DE LA FEDERACIÓN
NACIONAL DE CAFETEROS REVISAR LA PÁGINA 38

PROMOCIÓN DEL CAFÉ DE COLOMBIA

- Colombia es el origen de café más reconocido en el mundo.
- Las Tiendas Juan Valdez Café y los proyectos de valor agregado sirven como vitrina para dar a conocer los mejores cafés colombianos.

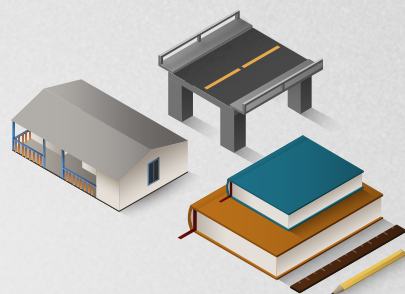


GARANTÍA DE COMPRA

Compra del café a un precio transparente de mercado, cerca de la finca, en efectivo y todos los días del año

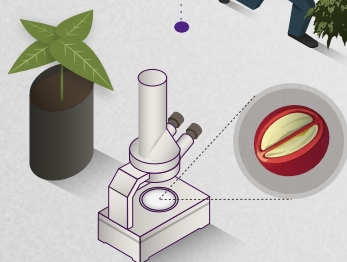
INVERSIÓN SOCIAL

Programas e inversiones permanentes para el desarrollo de comunidades rurales



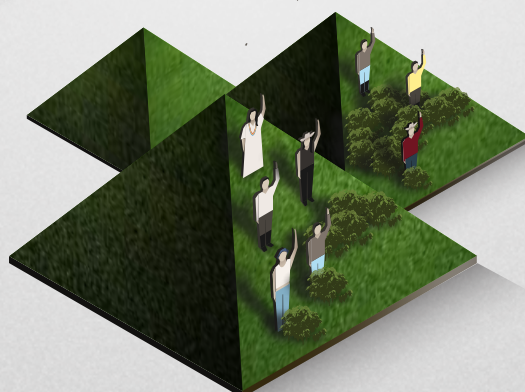
AHORRO COLECTIVO

PARA ACCEDER A BIENES PÚBLICOS



INVESTIGACIÓN Y ASISTENCIA TÉCNICA

- Innovación y desarrollo al servicio de los cafeteros
- Más de 1,500 técnicos y agrónomos transfieren el conocimiento científico a los cafeteros



FEDERACIÓN NACIONAL DE CAFETEROS DE COLOMBIA

Aporta al desarrollo de una Colombia productiva alrededor del café, siendo parte de la solución y trabajando por el progreso del país y de los cafeteros



Unidades de apoyo y de negocio



UNIDADES DE APOYO



La Federación Nacional de Cafeteros cuenta con filiales y unidades de apoyo que en su conjunto prestan servicios a los cafeteros con miras a aumentar la participación del café colombiano en el mercado y propiciar el desarrollo y crecimiento de la comunidad cafetera en general.

ENTIDADES ADSCRITAS A LA INSTITUCIONALIDAD CAFETERA

PROCAFE



COOPERATIVAS DE CAFICULTORES

FONDO NACIONAL DEL CAFÉ (FoNC)

REGALIAS DE NEGOCIO

Buencafé
Liofilizado de Colombia



Almacafé S.A: Creada por la Federación en 1965, con el objetivo de proveer servicios logísticos y promover el efectivo manejo de la cadena de comercialización externa e interna del café.

Buencafé Liofilizado de Colombia. Operación industrial creada con recursos del Fondo Nacional del Café, con el objetivo de generar valor adicional para los productores mediante el aprovechamiento de los co-productos generados en la trilla del café. Buencafé cuenta con una capacidad instalada para el procesamiento de alrededor de 11.500 toneladas de café liofilizado por año, y es considerada como una de las plantas de liofilización de café más grandes y tecnificadas del mundo.

Cenicafé: El Centro Nacional de Investigación de Café – Cenicafe fue creado por la FNC con el objetivo de desarrollar conocimiento científico en torno al cultivo, así como la conservación de los recursos naturales presentes en la zona cafetera.

Cooperativas de Caficultores: Son organizaciones de economía solidaria de propiedad de los mismos caficultores, cuya creación fue fomentada por la Federación. A través de ellas, el gremio ejerce la política de la [garantía de compra](#). Las Cooperativas también prestan otros servicios a sus afiliados tales como venta de fertilizantes, insumos agrícolas, víveres y abarrotes, transporte y crédito, entre otros. En 2012, había 34 Cooperativas de Caficultores con presencia en 536 puntos de compra.

FoNC: Fondo Nacional del Café, es una cuenta parafiscal creada en 1940 que se alimenta de los ingresos por contribución cafetera que realizan los productores en el momento de la exportación y que, de acuerdo con la legislación colombiana, se constituyen en recursos parafiscales. Por delegación del gobierno colombiano, sus recursos son administrados por la Federación

Nacional de Cafeteros, los cuales deben ser utilizados únicamente en beneficio de los mismos productores.

Fundación Manuel Mejía: Brinda oportunidades de formación y capacitación para las comunidades rurales, principalmente productores agrícolas con bajos niveles educativos. Además de tener una amplia experiencia en métodos presenciales, la Fundación es especialista en educación a distancia y formación virtual con adultos.

Parque Nacional del Café: Es un parque temático de atracciones, que busca potenciar la capacidad de generación de turismo y valor agregado alrededor del café. Este parque fue fundado por la Federación Nacional de Cafeteros y el Comité Departamental de Cafeteros del Quindío y está destinado a la preservación del patrimonio cultural e histórico del café en Colombia.

Procafecol S.A: Es una sociedad anónima de carácter privado en la que participa la Federación Nacional de Cafeteros, la IFC (Corporación de Financiamiento Internacional del Banco Mundial) y 18.714 cafeteros individuales. Su actividad principal es comercializar café colombiano (tostado, molido y en grano) y crear tiendas de café para la administración directa o de terceros, que utilizan el portafolio de productos de la marca Juan Valdez®. Este portafolio se constituye en una vitrina de las diferentes opciones de café colombiano para los clientes y consumidores en el mundo, facilitando así la penetración del café colombiano en los segmentos de mayor valor. Como parte de su oferta de valor como negocio inclusivo. Procafecol y sus subsidiarias pagan al Fondo Nacional del Café regalías por uso de la marca [Juan Valdez®](#) para, de esta forma, contribuir al financiamiento de los bienes públicos cafeteros. Entre 2002 y 2012, Procafecol ha transferido al FoNC por concepto de regalías más de USD \$ 17 millones (COP 32 mil millones).



Marcas y sellos que posicionan el café colombiano

Colombia es un país que produce y exporta una cantidad apreciable de café a decenas de países. El portafolio marcario del FoNC administrado por la Federación, está dirigido a posicionar al café colombiano en la mente de clientes y consumidores como un café de calidad superior, asociado a buenas prácticas ambientales y sociales en el cultivo. De esta manera se incentiva a los clientes industriales a comprar café colombiano y comercializar marcas elaboradas a base de café 100% colombiano, lo que garantiza por la vía de la diferenciación y el posicionamiento, mejores precios al productor nacional y mayores inversiones en bienes públicos.

Este portafolio se compone de 1983 registros marcarios distribuidos en más de 140 países alrededor del mundo.

Los principales esfuerzos de posicionamiento que gestiona la Federación se dirigen a las siguientes marcas, que se licencian en diferentes continentes a clientes industriales y especializados:

CAFÉ DE COLOMBIA

Marca Ingrediente Global con énfasis en Norteamérica y Europa Occidental



Esta marca se implementa bajo la estrategia de "marca ingrediente". Actúa como símbolo de respaldo de calidad y origen para las marcas de café 100% colombiano que lo llevan en sus empaques. **En diciembre de 2012 alrededor de 1430 referencias de café de terceros en el mundo llevaban el Logo símbolo Café de Colombia como marca ingrediente.**

Adicionalmente, Café de Colombia, como producto de origen, cuenta con los siguientes reconocimientos:

Marcas de Certificación: En Estados Unidos y Canadá.

Denominación de Origen Protegida

- **DOP:** Identifica y protege a todo el café verde y procesado que se produce en la zona cafetera colombiana. La DOP es reconocida en Colombia y los países miembros de la CAN.

Indicación Geográfica Protegida –

IGP: Identifica y protege al café verde y procesado de calidad excelso que se produce en la zona cafetera colombiana. La IGP fue reconocida por la Unión Europea al cierre del 2012.

Denominaciones de Origen Regionales:

Como una estrategia complementaria de segmentación a la estrategia de valor agregado, la Federación ha impulsado el reconocimiento de las DO Regionales. Al cierre del 2012 se logró el reconocimiento de las DO Café de Nariño y DO Café de Cauca.



JUAN VALDEZ

Marca Producto Global con énfasis en Colombia, Norteamérica y Latinoamérica

Esta marca se implementa bajo la estrategia de "marca producto" partiendo del concepto de la firma de respaldo del personaje Juan Valdez -representante de los cafeteros colombianos-. Esta marca identifica a los productos y establecimientos Juan Valdez Café dirigidos a consumidores, los cuales pagan un valor por regalías de uso de marca al FoNC. Estos valores se utilizan para la financiación de los bienes públicos cafeteros desarrollados por el Fondo.



"La marca Juan Valdez se está convirtiendo en una de las más reconocidas a nivel nacional e internacional, gracias a la expansión y el manejo de franquicias. La marca ha contribuido a incrementar la cultura del café y fortalecer la conciencia de café colombiano en el Mundo." Café en Colombia - Euromonitor 2013.



EMERALD MOUNTAIN®

Marca con énfasis en Asia, Japón y Corea principalmente

Esta marca se implementa bajo la estrategia de "marca ingrediente", tiene un concepto de calidad y producto innovador bajo la modalidad de bebidas listas para ser consumidas.



PAISAJE CULTURAL CAFETERO - PCC

Marca Ingrediente Global con énfasis en Colombia y Asia

Esta marca se implementa bajo la estrategia de "marca ingrediente" que identifica al café proveniente de los 51 municipios que conforman el Paisaje Cultural Cafetero declarado por la Unesco como patrimonio mundial de la humanidad. Su uso está regulado con base en las reglas convenidas con el Ministerio de Cultura de Colombia y con otros actores de la región.

CAFÉ Buendía

Marca producto global con énfasis en Colombia y Ecuador

Buendía es la marca líder en la categoría de café soluble liofilizado en Colombia y se emplea para identificar el café liofilizado producido y comercializado por Buencafé Liofilizado de Colombia.



La Federación como articulador de programas público-privados

Para lograr un manejo administrativo óptimo e imparcial, se han creado instancias articuladas por la Federación, que velan por el desarrollo de programas público-privados en beneficio de los cafeteros y de la sociedad en general.

Fondo Nacional del Café – FoNC

Desde los comienzos de la Federación, los cafeteros colombianos entendieron que su exitosa inserción en el mercado internacional dependía de canalizar los recursos de su ahorro colectivo hacia la prestación de servicios que contribuyeran a mejorar su competitividad.

En 1940, con el respaldo del gobierno colombiano, se creó el Fondo Nacional del Café (FoNC), que posteriormente se convirtió en uno de los principales instrumentos financieros para la ejecución de la política cafetera colombiana, cuyos recursos se utilizaron para fortalecer el sector, construir bienes públicos e infraestructura comunitaria, y optimizar el ingreso de los productores.

La ejecución y administración de recursos del Fondo Nacional del Café está sujeta al control fiscal de la Contraloría General de la República, entidad encargada de verificar el adecuado cumplimiento del contrato de administración del Fondo Nacional del Café y la integridad en el manejo de los recursos parafiscales que forman parte de dicho Fondo.

Finalmente, a través de los estatutos de la Federación, de diversas resoluciones y del propio contrato de Administración del Fondo Nacional del Café, se establece el régimen general de incompatibilidades e inhabilidades tanto para los empleados como para los delegados al Congreso Nacional de Cafeteros, los miembros del Comité Directivo y de los Comités Departamentales encargados de realizar o aprobar contrataciones, con el fin de garantizar la transparencia en sus actuaciones y evitar conflictos de interés en la contratación.

Colaborando a través del Comité Nacional de Cafeteros

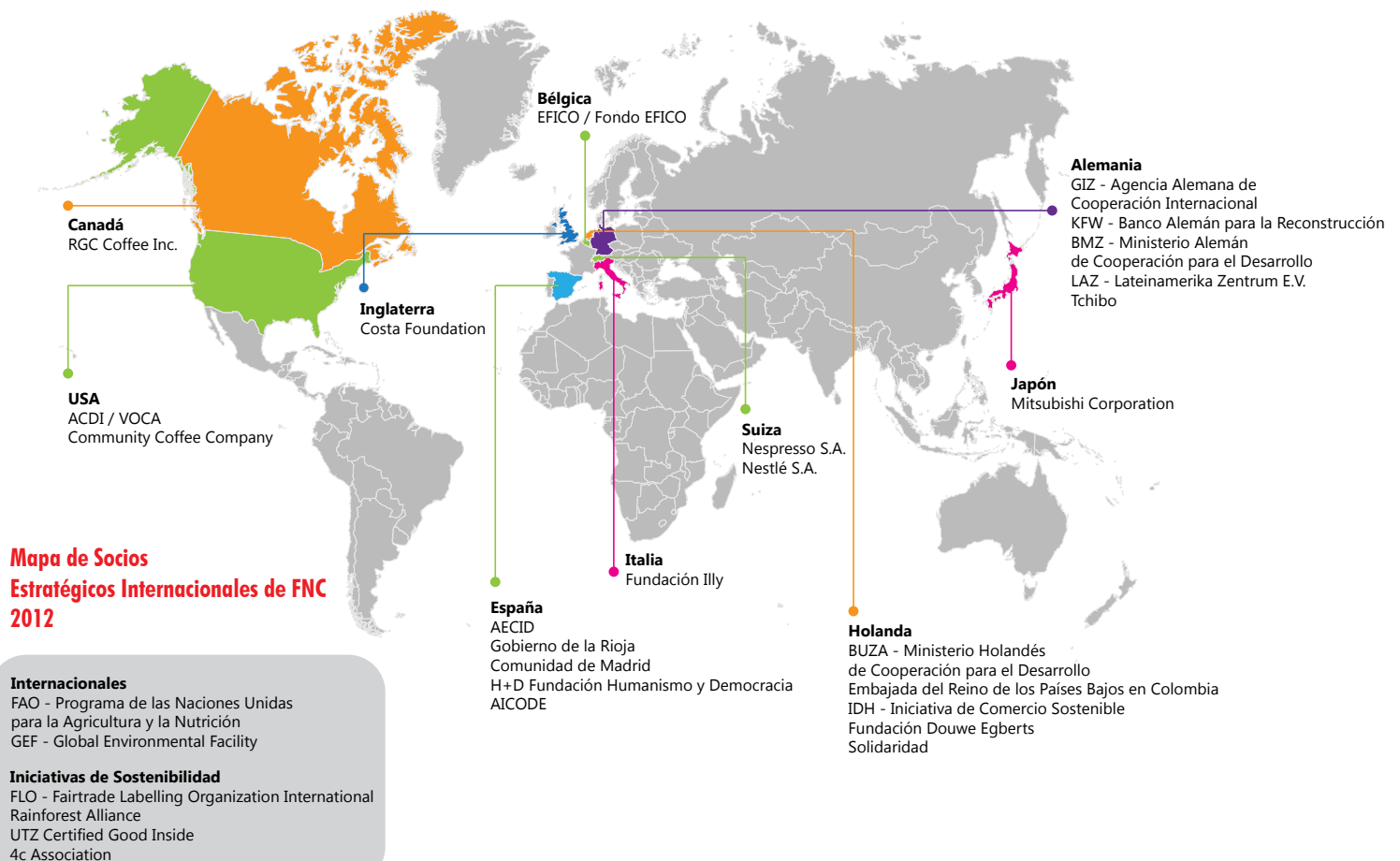
Compuesto por los miembros del Comité Directivo de la Federación y los Ministros de Hacienda, Agricultura, Comercio y el Director del Departamento Nacional de Planeación. Desde este espacio se logra que el gremio cafetero y el gobierno colombiano acuerden y negocien sobre políticas cafeteras relevantes como son:

- Orientar la política cafetera en las relaciones internacionales.
- Cumplir las funciones y ejercer las atribuciones que les asignen los contratos que la Federación tenga celebrados con la Nación, en especial, las que se deriven de la administración y manejo del Fondo Nacional del Café.

- Velar por el cumplimiento de las disposiciones legales que favorezcan a los productores y a la actividad cafetera, entendida como la producción y comercialización del grano y sus actividades accesorias y complementarias.
- Adoptar y gestionar, ante las entidades oficiales y privadas, medidas eficaces que aseguren el desarrollo y defensa del bienestar de los productores y de la caficultura.

Gestión de recursos desde la Cooperación Económica Internacional

La consolidación de la Federación Nacional de Cafeteros ha traído consigo la creación de alianzas estratégicas con 30 socios internacionales provenientes de 10 países en Europa, Norteamérica y Asia, logrando ejecutar en 2012 proyectos por más de USD\$16 millones (COP \$29 mil millones) en programas de inversión social que involucran población vulnerable.

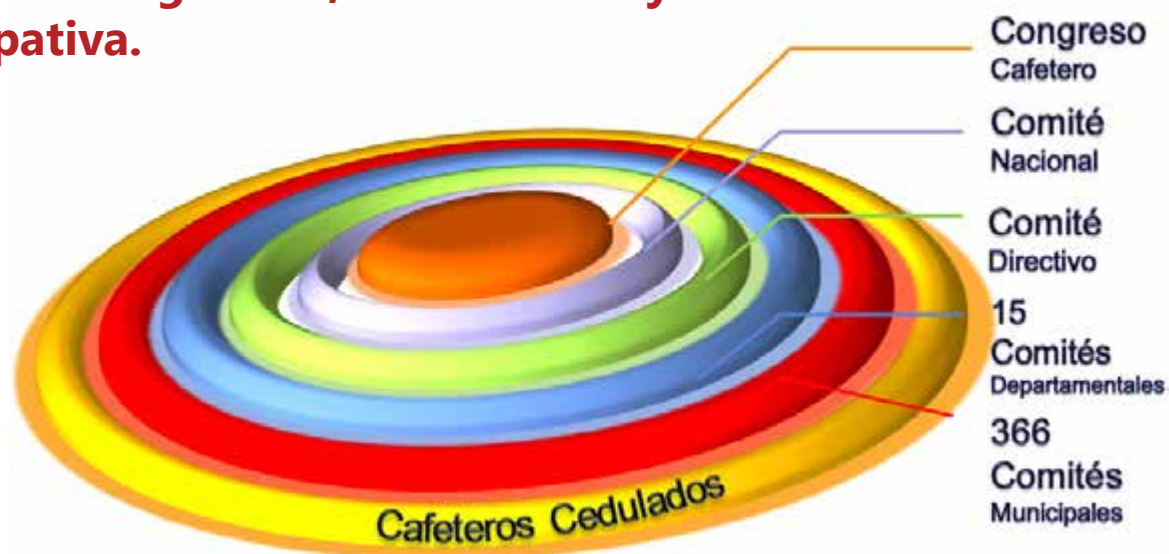


Un gobierno gremial único y participativo

La Federación Nacional de Cafeteros de Colombia es una persona jurídica de derecho privado, apolítica, sin ánimo de lucro, con domicilio principal en la ciudad de Bogotá, D.C. en la calle 73 N. 8–13.

Para asegurar la eficacia, así como la legitimidad y el carácter democrático de la Federación, el gremio cuenta con una estructura participativa, centrada en el desarrollo productivo y social de la familia cafetera, enfocada a garantizar la sostenibilidad de la caficultura y el posicionamiento del Café de Colombia como el mejor del mundo.

Organización gremial, democrática y participativa.

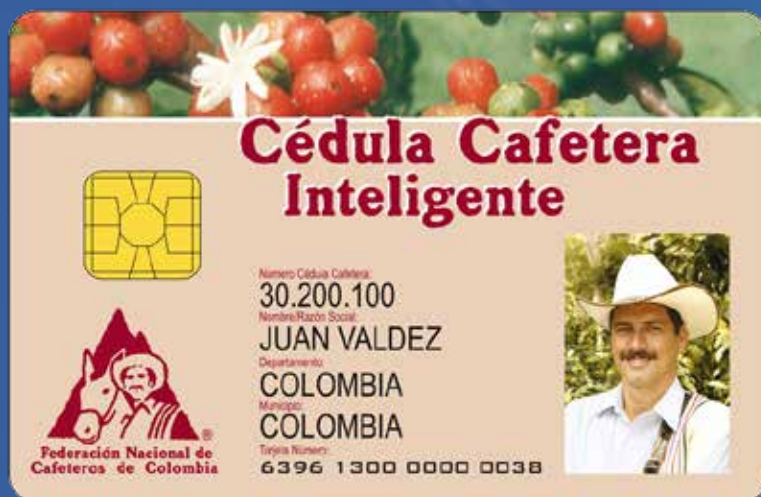


Cafeteros federados o cedulados

Reciben esta acreditación quienes poseen al menos media hectárea sembrada en café o tienen plantados al menos 1500 árboles. Con la cédula cafetera, que los identifica como cafeteros federados, adquieren el derecho a elegir sus representantes o ser elegidos como miembros de los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros, organismos de decisión dentro de la estructura de gobernanza gremial.

A finales de 2012, cerca de 410 mil cafeteros exhibían la calidad de ser productores federados, lo que equivale al 96% del total de los productores cafeteros existentes en el país.

LA CÉDULA CAFETERA COMO INSTRUMENTO TRANSACCIONAL



Buscando contar con un instrumento transaccional que agilizara la entrega de los apoyos directos gestionados por el gremio a través de sus diversos programas, la Federación transformó la cédula cafetera en la Cédula Cafetera Inteligente (CCI) que es una tarjeta provista con banda magnética y chip inteligente. Gracias a lo anterior, la CCI, al igual que la Tarjeta Cafetera Inteligente (TCI), documento dirigido a los productores que no cumplen con los requisitos estatutarios para ser federados, sirven de medio de identificación de los cafeteros federados y no federados, respectivamente, y con fundamento en la alianza con el Banco de Bogotá, cuentan con características similares a la de una tarjeta débito que le permite a los productores recibir directamente el pago de su cosecha, apoyos e incentivos monetarios gestionados por la Federación. Cabe aclarar que no necesariamente se debe tener CCI o TCI para acceder a cualquier tipo de programa desarrollado por la Federación.

Por estatutos, la única diferencia entre estas es que solo a los cafeteros con CCI se les permite elegir y/o ser elegidos en las elecciones cafeteras a miembros de comités municipales o departamentales de cafeteros.

Comités Municipales de Cafeteros

Lideran la vocería de los caficultores ante los diferentes órganos de la institución. Están integrados por seis representantes principales de cada distrito cafetero y sus suplentes. A 2012 existen 366 Comités Municipales que realizaron 3724 reuniones durante el año.

Comités Departamentales de Cafeteros

Encargados de promover el gremio en cada departamento y de gestionar los proyectos y programas de desarrollo productivo y social que les corresponden. Esta instancia está conformada por seis representantes principales y seis suplentes que representan circunscripciones de cada departamento. El gremio cuenta con 15 Comités Departamentales establecidos en seguimiento a los criterios estipulados en los estatutos de la Federación. Durante 2012, los Comités Departamentales de Cafeteros realizaron 340 reuniones.

REUNIONES DE LOS COMITES REALIZADAS EN 2012		
	DEPARTAMENTALES	MUNICIPALES
Valle del Cauca	27	362
Nariño	47	229
Huila	20	299
Otros territorios		7
Cundinamarca	49	395
Magdalena	13	18
Santander	22	310
Norte de Santander	13	157
Caldas	25	248
Risaralda	26	137
Antioquia	29	864
Cesar-Guajira	14	115
Boyaca	13	148
Tolima	28	212
Cauca	14	223
Total	340	3724

INTEGRANTES DE COMITÉ DIRECTIVO 2012

El Comité Directivo está conformado por 15 miembros, de los cuales el 80% cuenta con formación profesional; sus estudios están relacionados con diferentes disciplinas tales como ingeniería en un 42%, ciencias sociales en un 33%, ciencias naturales en un 17% y administrativas en un 8%.

El 93% de los miembros del Comité Directivo son productores de café.

Comité Directivo

Instancia equivalente a la Junta Directiva establecida en otras organizaciones. Está encargado de orientar y supervisar asuntos gremiales y administrativos de la Federación, y está compuesto por un representante de cada uno de los 15 Comités Departamentales, los cuales son nominados y aprobados por el Congreso Nacional de Cafeteros, y el Gerente General de la Federación. La Presidencia de esta instancia se rota trimestralmente por orden alfabético entre los 15 representantes de los Comités Departamentales de Cafeteros, quienes están inhabilitados para ocupar un cargo ejecutivo en la Federación.

Los miembros del Comité Directivo reciben honorarios por asistencia a las reuniones programadas cada dos semanas, y cuyo monto no está vinculado al desempeño de la Federación.

ANTIOQUIA

ALVARO PELÁEZ GÓMEZ
Administrador de Empresas / Productor

BOYACÁ

JORGE CALA ROBAYO
Ingeniero Agrónomo / Productor

CALDAS

MARIO GÓMEZ ESTRADA
Abogado / Productor

CAUCA

FERNANDO CASTRILLÓN MUÑOZ
Ingeniero Civil / Productor

CESÁR - GUAJIRA

CRISPIN VILLAZÓN DE ARMAS
Abogado / Productor

CUNDINAMARCA

JAVIER BOHÓRQUEZ BOHÓRQUEZ
Médico / Productor

HUILA

FERNANDO CASTRO POLANIA
Médico / Productor

MAGDALENA

IVÁN PALLARES GUTIÉRREZ
Técnico Agropecuario / Productor

NARIÑO

CARLOS ALBERTO ERASO LÓPEZ
Abogado / Productor

NORTE DE SANTANDER

ALFREDO YÁÑEZ CARVAJAL
Ingeniero Químico / Productor

QUINDIO

CARLOS ALBERTO CARDONA CARDONA
Ingeniero Civil / Productor

RISARALDA

DARIO JAMES MAYA HOYOS
Ingeniero Civil / Productor

SANTANDER

JORGE JULIÁN SANTOS ORDUÑA
Técnico / Productor

TOLIMA

LUIS JAVIER TRUJILLO BUITRAGO
Bachiller / Productor

VALLE

CARLOS ROBERTO RAMÍREZ MONTOYA
Abogado

Congreso Nacional de Cafeteros

Máxima instancia de la Federación que se reúne en Bogotá una vez hacia finales de cada año calendario. Fija las políticas y prioridades orientadas a un mejor desempeño del gremio cafetero. También está encargado de nombrar al Gerente General y aprobar las nominaciones de los miembros del Comité Directivo. El Congreso aprueba los estatutos, el presupuesto y las prioridades estratégicas de la Federación. Está conformado por 90 delegados, quienes a su vez son los miembros principales de los 15 Comités Departamentales de Cafeteros.

En cumplimiento del Reglamento Interno del Congreso Nacional de Cafeteros, se eligen por votación entre los delegados, un Presidente y dos Vicepresidentes. Ninguna de las personas elegidas para estos cargos pueden ser funcionarios de la Federación.

Encuentros con los productores

Para lograr una comunicación eficaz entre la Federación y los productores, constantemente se realizan reuniones en las localidades cafeteras cuya finalidad es recoger y plantear inquietudes. Además, en estos encuentros se toman decisiones de impacto local. Estas reuniones se complementan con reuniones veredales (entendidas como encuentros en zonas rurales), días de campo y actividades grupales del [Servicio de Extensión](#).



Un equipo administrativo al servicio de la caficultura

Paralelo a los entes que componen el Gobierno Corporativo, la Federación cuenta con un equipo interdisciplinario al servicio de los intereses de los productores y de la caficultura, logrando un equilibrio entre la organización rural y el conocimiento de expertos.

A los altos directivos, ejecutivos y empleados se les evalúa su desempeño de acuerdo con los indicadores de gestión que se derivan del plan estratégico de la organización que fue aprobado por el Congreso Nacional de Cafeteros. Con base en este modelo por incentivos ligado al Cuadro de Mando Integral (BSC) se evalúa trimestralmente el cumplimiento o avance en los objetivos estratégicos, que recogen el desempeño económico, social y ambiental de la organización.

PRINCIPALES DIRECTIVOS 2012

Gerente General: Luis Genaro Muñoz Ortega
Gerente Administrativo: Luis Felipe Acero López
Gerente Comercial: Andrés Valencia Pinzón
Gerente Financiero: Francisco Julián Medina Mora
Gerente de Comunicaciones y Mercadeo: Luis Fernando Samper Gartner
Gerente Técnico: Ricardo Alberto Villaveces Pardo
Secretaria General: María Aparicio Cammaert

Integridad del Gobierno Corporativo

Las actividades que desarrolla la Federación están regidas por principios de transparencia y responsabilidad, respaldadas por el Sistema de Control Interno basado en el Informe COSO, para todas las dependencias en cumplimiento de los objetivos institucionales

AMBIENTE DE CONTROL	EVALUACIÓN DE RIESGOS	ACTIVIDADES DE CONTROL	INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN	MONITOREO
<ul style="list-style-type: none">- Estatutos de 2007- Contrato de administración del FoNC- Capacitaciones institucionales- Reglamentos internos de trabajo- Políticas y procedimientos	<ul style="list-style-type: none">- Plan de sostenibilidad financiera- Instrumentos para el sostenimiento del ingreso al caficultor	<ul style="list-style-type: none">- Revisiones periódicas del Comité Nacional, Directivo y Departamental- Cuadro de mando integral- Informe anual al Congreso Cafetero	<ul style="list-style-type: none">- Utilización de tecnologías como SICA, SAP, Lotus, SIDOC, NEON, Isolucion, Intranet	<ul style="list-style-type: none">- Auditorías internas- Auditorías externas- Auditorías de socios- Controles del sector público (Contraloría)

La transparencia e integridad en el manejo de los recursos de la contribución cafetera han sido decisivos para garantizar la continuidad del modelo cafetero colombiano y han permitido que la Federación acceda a recursos del gobierno nacional, la cooperación internacional y los clientes estratégicos del Café de Colombia.



¿Qué es el estándar COSO?

Es una iniciativa internacional que desarrolló un modelo de control interno aplicable a las empresas. Este modelo está enfocado en liderar pensamiento crítico y procedimientos frente a los temas relevantes de gobierno corporativo, ética empresarial, control interno, fraude y reporte de informes financieros.

Plan estratégico para agregar valor a los cafeteros

El plan estratégico aprobado por el Congreso Nacional de Cafeteros establece las prioridades y principales iniciativas a ser implementadas por la Federación para el cumplimiento de su misión y visión. El plan estratégico vigente está organizado en torno a ocho propuestas de valor, cada una con unos desafíos específicos y unas metas claras:

- **Comercialización sostenible y valor agregado:** Centrado en transferir el mejor precio posible al productor, seguir trabajando por el ascenso en la cadena de valor, ofrecer al mercado un portafolio innovador, abrir y consolidar nuevos mercados, así como fomentar el consumo del café en Colombia.
- **Competitividad e innovación:** Enfocada en consolidar una caficultura joven, productiva y rentable; garantizar la presencia institucional a través de una extensión rural innovadora y eficaz; trabajar en el mejoramiento de la calidad del café desde la finca; poner en marcha iniciativas con impacto positivo en el medio ambiente así como seguir generando desarrollos científicos y tecnológicos oportunos y pertinentes.
- **Caficultura integrada al mundo de la tecnología, información y comunicación:** Sus puntos prioritarios están en aprovechar los instrumentos tecnológicos para generar valor al caficultor y a la institucionalidad; así mismo utilizar estas plataformas como herramientas de cercanía de la caficultura a los clientes o consumidores; por último, generar alternativas virtuales que posibiliten la capacitación y educación formal.
- **Desarrollo de la comunidad cafetera y su entorno:** Enfocada en mejorar los procesos educativos y las condiciones de salud y retiro de los caficultores. Así mismo trabajar para poner en marcha proyectos que mejoren la infraestructura de la comunidad y el desarrollo integral de la mujer cafetera.
- **Posicionamiento del Café de Colombia y su portafolio marcario:** En este caso las prioridades están en fortalecer la imagen de Juan Valdez® asociada a la calidad y los valores del Café de Colombia; así mismo consolidar la fidelización entre el cliente y el Café de Colombia junto con sus marcas asociadas; aumentar la penetración global del Programa 100% café colombiano fortaleciendo el concepto de diferenciación asociando su origen a una calidad superior.
- **Agenda Cafetera para el país y el mundo:** Concentrando el trabajo en representar a los caficultores colombianos en los principales escenarios nacionales e internacionales; fortalecer la capacidad de la Federación como aliado en la política social y de inversión en el campo, apoyando al Estado en la construcción de un modelo de equidad, desarrollo y paz para el sector rural de Colombia.



- **Eficacia, legitimidad y democracia:** Los principales desafíos en esta materia son alcanzar un liderazgo y excelente comunicación gremial; garantizar la calidad del capital humano de la Federación, así como consolidar un modelo de administración innovador orientado al cliente y los resultados.
- **Sostenibilidad Financiera:** En este punto la gestión centra sus desafíos teniendo en cuenta el contexto económico local e internacional y su impacto en el negocio del café; así mismo trabaja para fortalecer financieramente al Fondo Nacional del Café, a la Federación y a sus entidades. Por último, pone en marcha las iniciativas necesarias para garantizar las mejores prácticas en la administración financiera y sostenibilidad de los recursos.



AVANCES 2012 DEL PLAN ESTRATÉGICO

➔ AGENDA CAFETERA PARA EL PAÍS Y EL MUNDO

USD 38 MILLONES

(COP\$ 71 mil millones) para nuevos programas con recursos del Sistema General de Regalías Plataforma de comercio sostenible con Holanda para fortalecer la producción, el comercio y el consumo sostenible de café en Europa.

USD 409 MILLONES

(COP \$736 mil millones) invertidos en 2012 en programas de inversión social.

➔ EFICACIA, LEGITIMIDAD Y DEMOCRACIA

100% Y 106% de cumplimiento en las metas de reducción del consumo de energía y agua, respectivamente.

PREMIO para el Parque Nacional del Café por promover la equidad de género.

ECONOMÍA BAJA EN CARBONO

En el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible Rio+20, el Banco de Desarrollo de América Latina posicionó en el tercer lugar a la Federación, entre 150 empresas postuladas, como líder en transformación productiva hacia una economía baja en carbono.

➔ POSICIONAMIENTO DEL CAFÉ DE COLOMBIA Y SU PORTAFOLIO MARCARIO

13 MILLONES

de tazas de Café Juan Valdez® se servirán por año en los vuelos de esta aerolínea, resultado de la alianza suscrita entre LAN y Procafecol.

1.100 TIENDAS en todo Japón ofrecerán una edición especial de café del Paisaje Cultural Cafetero.

119 EMPRESAS se han vinculado como licenciatarias del programa 100% Café Colombiano.

89 CAFÉS fueron certificados bajo el programa DOP Café de Colombia.

→ **COMERCIALIZACIÓN SOSTENIBLE Y CON VALOR AGREGADO**

69% de las compras del Fondo Nacional del Café correspondieron a cafés especiales.

67% de las exportaciones de la Federación corresponden a café con valor agregado.

USD 8.5 MILLONES

(COP \$15.283 Mil Millones) transferidos en sobrepagos para los productores de cafés especiales.

→ **COMPETITIVIDAD E INNOVACIÓN**

54% (501 mil hectáreas) del parque cafetero están sembradas en café tecnificado resistente.

USD 16 MILLONES

(COP \$30 mil millones) obtenidos para la fase II del Plan de Emergencia por la Ola Invernal. Fenómeno que se registró del 2010 al 2012, con niveles de precipitaciones por encima de lo normal.

1.669 profesionales de extensión al servicio directo del caficultor.

129.000 cafeteros vinculados a los programas de cafés especiales.

→ **CAFICULTURA INTEGRADA AL MUNDO DE LA TECNOLOGÍA, INFORMACIÓN Y COMUNICACIÓN**

434.000 cédulas y tarjetas cafeteras inteligentes emitidas.

4.000 tabletas de información Cafetera (TIC) entregadas.

→ **DESARROLLO DE LA COMUNIDAD CAFETERA Y SU ENTORNO**

13.820 cafeteros capacitados en gestión empresarial.

1.375 KM

de vías atendidas por los camineros en el programa vial Caminos de Prosperidad. Este programa tiene como finalidad restaurar la accesibilidad de las vías efectuando el retiro o limpieza de los derrumbes por personas o camineros, facilitando la circulación vehicular.

→ **SOSTENIBILIDAD FINANCIERA**

USD 210 MILLONES

(COP \$378 mil millones) provenientes de terceros con destino a programas de inversión social.

USD 826 MILLONES

(COP \$ 1,48 Billones) en líneas de crédito de corto plazo para proveer el beneficio social de la garantía de compra a los productores de todo el país.

9% fue la disminución de la deuda financiera del Fondo Nacional del Café.



PARTE 3



GESTIÓN SOSTENIBLE DE LA FEDERACIÓN

La sostenibilidad centro de nuestra estrategia

La sostenibilidad no es para la Federación una labor complementaria ni una tendencia reciente, ha sido siempre su razón de ser y principal objetivo. Desde sus inicios hace más de 85 años, y antes de que fuera común el término, se ha mantenido un compromiso permanente con la sostenibilidad, entendida como el aporte de la organización a la generación de valor económico, social y ambiental para los cafeteros, sus comunidades y el país.

De hecho, la sostenibilidad es un eje transversal de la misión y forma parte fundamental del Plan Estratégico de la Federación. En consecuencia, los programas y acciones buscan la generación de ingresos dignos y estables para los cafeteros colombianos, el cuidado del medio ambiente y el fortalecimiento del tejido social cafetero.

La Federación agrupa sus distintos programas de sostenibilidad en cuatro ejes de acción: finca cafetera, comunidad, medio ambiente y conectividad.



Sostenibilidad en Acción[®]

COMUNIDAD

Los programas comunitarios están dirigidos a 588 municipios donde viven las familias cafeteras de Colombia y están orientados al fortalecimiento de los procesos sociales e infraestructura comunitaria, beneficiando a todos los habitantes de esas regiones.

La Federación se ha transformado en un actor relevante para desarrollar impacto comunitario. Con recursos propios y más recientemente en alianza con el Estado y otros donantes, ha logrado desarrollar: 12 mil acueductos, 19 mil nuevas aulas, 15 mil kilómetros de mejoramientos viales y 500 hospitales.

Promoción del Café de Colombia alrededor del mundo



Garantía de Compra



A través de la tecnología y la conectividad, la Federación busca llevar a los productores todas las ventajas del mundo moderno para recibir más y mejores servicios, mejorando la calidad de vida de estos.

En este sentido, se hizo entrega de 4000 tabletas, durante el año reportado, lo cual contribuye con el acceso a la conectividad y a la consulta rápida de información valiosa al servicio del cultivo y de las actividades de interés cafetero. A esto se suma la implementación de la Tarjeta Cafetera Inteligente, la cual funciona como una tarjeta bancaria.

CONECTIVIDAD

FINCA CAFETERA

Los programas orientados a Finca Cafetera buscan mejorar la rentabilidad de los productores y garantizar que el cultivo sea sostenible. Los programas están enfocados en la implementación del Código de Sostenibilidad, Sistema de Calidad de Buenas Prácticas Agrícolas, acceso a crédito para renovación y sostenimiento de cafetales, así como permitir el acceso a mercados atractivos para los pequeños cafeteros, como el de Cafés Especiales con valor agregado para el productor.

Innovación y asistencia técnica



Grandes esfuerzos e inversiones se hacen en investigación y conocimiento, conservación y gestión inteligente del entorno.

Cenicafé, el centro de investigación científica de la Federación, ha desarrollado diferentes programas de investigación científica para favorecer la conservación del medio ambiente y la biodiversidad de las zonas cafeteras, así como de adaptación y mitigación al cambio climático. Asimismo desarrolla conocimiento y tecnologías de control de suelos y erosión, ahorro de agua, conservación de la biodiversidad y uso eficiente de fertilizantes que son transferidas a los productores.

MEDIO AMBIENTE



Gestión de los riesgos para la sostenibilidad

Durante el 2012, la Federación continuó su labor de mitigación de riesgos asociados tanto a la estructura productiva de los cafetales afectados por el cambio y la variabilidad climática y la productividad, como aquellos con impactos sobre la rentabilidad y deterioro de los recursos naturales del sector.

Como un direccionamiento estratégico del Congreso Nacional de Cafeteros a raíz de los drásticos cambios en el clima y los patrones de lluvia que afectaron al país en recientes años, y su consecuente reducción en la productividad y en la propagación de plagas y enfermedades directamente relacionadas con el cultivo, la Federación adoptó una estrategia denominada Caficultura Climáticamente Inteligente, dirigida a mitigar y adaptar la caficultura al variante entorno climático en las diferentes regiones del país. Uno de los componentes de dicha estrategia es el Sistema de Alertas Tempranas en toda la zona cafetera, diseñado con el fin de conocer el comportamiento del hongo de la Roya y la Broca en diferentes regiones, permitiendo recomendar prácticas de manejo más adecuadas para cada región en momentos oportunos.

En esta misma línea, la Federación mantuvo su estrategia de renovación de plantaciones que, complementada con la estrategia de “Colombia sin Roya, un Propósito Nacional”, implicó un alto número de renovaciones y nuevas siembras con variedades resistentes a dicha plaga. De esta forma se busca incrementar la productividad y competitividad de las plantaciones, ayudando a que los agricultores pudieran ir renovan-

do sus cafetales. Para cumplir con el anterior propósito, en el caso de los productores de menos de 5 hectáreas, se ha contado con el programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro.

A pesar de los esfuerzos en materia de sostenibilidad, es posible que distintos sucesos afecten el desempeño y objetivos de la Federación. Un ejemplo de esto es la volatilidad del precio internacional del café, el cual se define en la bolsa de Nueva York que registró una disminución de un 31% en relación al 2011, la cual se produjo como consecuencia de la fuerte presión ejercida por agentes especuladores y por la reducción de percepción de escasez de café en el mercado.

El café por su condición de producto básico, está expuesto a la volatilidad de sus precios en el mercado internacional. En consecuencia, el precio interno al cual los productores colombianos venden su cosecha se ve afectado por los continuos movimientos de la tasa de cambio de la moneda colombiana frente al dólar americano, moneda en la cual se transa el café en el mundo, y del precio internacional del café suave colombiano.

Dado lo anterior, como un mecanismo de gestión y de administración de esos eventos, a continuación se presenta un informe detallado de los principales impactos y riesgos presentes para la caficultura, los que potencialmente pueden también afectar la sostenibilidad de los productores; así mismo se detallan las acciones que está siguiendo la Federación para mitigarlos.

RIESGO POTENCIAL	DETALLE	EFFECTOS PARA LOS PRODUCTORES	ACCIONES LLEVADAS A CABO POR LA FEDERACIÓN
Baja productividad	Una caída en la productividad puede estar asociada con una baja tecnificación de los cultivos vía envejecimiento y baja densidad de siembra, así como a efectos negativos asociados a la variabilidad en los patrones climáticos.	Mayores costos de producción y menor productividad e ingresos	Con el propósito de recuperar la productividad, la Federación ha impulsado un proceso de transformación de la estructura productiva del parque cafetero colombiano a partir del concepto de tecnificación: cafetales más jóvenes, resistentes a enfermedades, con mayor densidad de siembra y mayor productividad. Para cumplir con el anterior propósito la caficultura ha contado con el programa <i>Permanencia, Sostenibilidad y Futuro</i> para apoyar el proceso con pequeños productores menores de 5 hectáreas. Para ampliar información sobre esta iniciativa remítase a la Pág. 101
Cambio climático	Las alteraciones climáticas materializadas en cambios en la temperatura, el brillo solar o el nivel de precipitaciones, inciden en el desarrollo y productividad de los cafetales.	Mayores costos de producción y menor productividad e ingresos	En este punto, la Federación se ha propuesto preparar la caficultura colombiana para el cambio climático mediante dos iniciativas: una de corto plazo, el Programa por la Ola Invernal; y una de largo plazo, el de la Caficultura Climáticamente Inteligente. Para conocer el detalle de estas dos iniciativas, diríjase a la Pág. 109 En la misma línea del Cambio Climático, la Federación está implementando la estrategia denominada Caficultura Climáticamente Inteligente. Para tener diagnósticos oportunos a nivel regional y minimizar el efecto de las plagas y enfermedades a través del Sistema de Alertas Tempranas creado el año 2012 en toda la zona cafetera para permitir al Servicio de Extensión conocer, a nivel de cada distrito, el comportamiento de la roya y la broca. Gracias a ello, es posible recomendar las prácticas de manejo más adecuadas en cada momento y para cada región. Para ampliar información sobre este aspecto diríjase a la Pág. 110

RIESGO POTENCIAL	DETALLE	EFFECTOS PARA LOS PRODUCTORES	ACCIONES LLEVADAS A CABO POR LA FEDERACIÓN
Variabilidad del precio interno del café	La volatilidad de las cotizaciones internacionales del café en la Bolsa de Nueva York y de la tasa de cambio entre el dólar y el peso colombiano, inciden directamente en el nivel de precio interno del café, lo cual a su vez tiene un impacto negativo en los ingresos del productor.	Disminución del ingreso y la rentabilidad de la actividad	<p>El café, por su condición de producto básico, está expuesto a la volatilidad de sus precios en el mercado internacional. En consecuencia, el precio interno al cual los productores colombianos venden su cosecha se ve afectado por los continuos movimientos de la tasa de cambio y del precio internacional del café colombiano. Para mitigar estos impactos y garantizar la sostenibilidad del ingreso del caficultor, la Federación ha gestionado diferentes programas tales como:</p> <p><i>Estrategia de valor agregado</i> cuyo fin último es capturar, por vía del posicionamiento de la calidad del producto colombiano, un mayor precio para el productor local.</p> <p>Pág. 115</p> <p><i>Apoyo al Ingreso del Caficultor –AIC.</i></p> <p><i>Contrato de Protección de Precio.</i></p> <p><i>Contrato de compra contra entrega futura de café (CCCEF)</i></p> <p>Para conocer el detalle de estas iniciativas, diríjase a la Pág. 103</p> <p>Por otro lado, la Federación también se ha visto afectada con este hecho, por lo mismo ha puesto en marcha la <i>Gestión Activa de Coberturas de Inventarios</i>. La utilización de estos instrumentos financieros está destinada a cubrir el riesgo de precio del café que se mantiene en inventario para cumplir con los compromisos adquiridos con los clientes del FoNC.</p>
Contaminación de fuentes hídricas	Las aguas residuales de actividades productivas o del hogar, pueden contaminar las fuentes de agua afectando la estabilidad de los ecosistemas, poniendo en riesgo la sostenibilidad de la caficultura.	Disminución de los recursos naturales, mayores costos de producción que inciden en los ingresos y riesgo de desestabilización social	<p>En esta línea se ha puesto en marcha el Programa Forestal de la Federación Nacional de Cafeteros y el desarrollo e implementación de tecnologías de beneficio como el ECOMILL® que reducen el uso del agua en los procesos de postcosecha.</p> <p>Para tener acceso a la información sobre este Programa remítase a la Pág.111</p>

RIESGO POTENCIAL	DETALLE	EFFECTOS PARA LOS PRODUCTORES	ACCIONES LLEVADAS A CABO POR LA FEDERACIÓN
Altos costos de transporte	La carencia de infraestructura vial eleva los costos de transporte, afectando la competitividad del sector.	Mayores costos de los insumos y de comercialización	En el marco de los Programas de Infraestructura Vial, la Federación continuó en 2012 apoyando al gobierno nacional en la ampliación y mantenimiento de las vías de acceso y servicios en las fincas cafeteras. Algunas acciones adicionales emprendidas para hacer frente a este aspecto de riesgo para la caficultura tienen que ver con la creación del <i>Programa Caminos de Prosperidad</i> que en lo corrido de 2012, atendió la construcción de obras viales en cerca de 675 km de 68 municipios colombianos. Para tener acceso a la información sobre este Programa remítase a la Pág. 125
Desestabilización social como consecuencia del conflicto interno	La presencia de actores armados en zonas de cultivo, puede incentivar el desarrollo de cultivos ilícitos y generar acciones de violencia o mayor vulnerabilidad social.	Abandono del cultivo	En este punto la Federación lidera dos iniciativas para atender los riesgos que se puedan presentar a la caficultura del país: Programa Huellas de paz. Colombia Cafetera Sostenible. Presencia activa en las zonas cafeteras marginales a través del Servicio de Extensión de la FNC. Para conocer el detalle de estas iniciativas, diríjase a la Pág. 126, 128

RIESGO POTENCIAL	DETALLE	EFFECTOS PARA LOS PRODUCTORES	ACCIONES LLEVADAS A CABO POR LA FEDERACIÓN
Pérdida de participación en mercados internacionales	El incremento de la producción en países productores de café con menores precios, hace que los clientes sustituyan al café colombiano para reducir sus costos por materias primas.	Disminución del precio internacional del café y de los diferenciales por calidad, con incidencia en el ingreso del productor	<p>Frente a esta realidad, la Federación ha puesto en marcha iniciativas de posicionamiento y diferenciación del Café de Colombia. Entre las acciones llevadas a cabo están:</p> <p><i>Estrategia de valor agregado:</i> que busca capturar mayor valor para los productos a través del fomento a la producción de cafés especiales.</p> <p><i>Estrategia de defensa del origen:</i> con este instrumento se ha buscado afianzar los lazos de lealtad entre los consumidores finales y los cafeteros que producen el café que disfrutan. Dentro de ellas se encuentran las Denominaciones de Origen, las Indicaciones Geográficas Protegidas y las marcas de certificación.</p> <p><i>Industrialización y procesamiento de café:</i> este componente se ejecuta a través de Buencafé liofilizado de Colombia.</p> <p>Mediante los procesos industriales que se llevan a cabo en la fábrica se optimiza el uso de las materias primas, se agrega valor al café producido en Colombia y se permite el acceso a mercados emergentes para el consumo de grano.</p> <p>Para conocer el detalle de estas iniciativas, diríjase a la Pág. 70</p>
Mal uso de la imagen o falsificación de la marca	El mal uso por parte de terceros puede poner en riesgo el posicionamiento, credibilidad y prestigio del Café de Colombia.	Reducción de la prima de calidad y reconcomiendo	<p>Frente a este asunto, las acciones de la Federación se concentran en la <i>Estrategia de Denominación de Origen</i> y en la iniciativa de <i>Protección del portafolio marcario</i>. Para conocer el detalle de estas iniciativas, diríjase a la Pág. 80</p>
Caída en el ingreso del FoNC por disminución en la contribución cafetera	Una caída en la producción o en el tipo de cambio afecta los ingresos por contribución destinados a la prestación de bienes públicos.	Menor cobertura del Servicio de Extensión, menores investigaciones, menor inversión social, menor promoción del café de Colombia y menores inversiones de apoyo productivo	<p>En este punto el <i>Programa de Transformación Productiva</i> liderado por la Federación está siendo una respuesta a este riesgo potencial que se ha venido generando.</p>

Monitoreo del desempeño social, económico y ambiental de la Federación

La sostenibilidad es central en la gestión de la Federación, por esa razón existe un seguimiento exhaustivo de los avances y acciones relacionados con esta materia hacia el Comité Directivo presentando diferentes temas entre los cuales se incluyen asuntos de gestión social y ambiental.

Igualmente al Congreso Nacional de Cafeteros se le reportan los avances en diferentes frentes anualmente a través del Informe del Gerente General, quien evalúa el desempeño de la organización en el ámbito social, económico y ambiental en sus cuatro comisiones de estudio:

Comisión Primera-Administrativa y de Asuntos Varios	Encargada de estudiar todo lo relacionado con Calidad Total, planta de personal, costos y procesos de reestructuración; educación, salud y medio ambiente.
Comisión Segunda-De Producción	Encargada de todo lo relacionado con la producción y productividad de café bajo distintos aspectos; Cenicafé y sus investigaciones actuales; Servicio de Extensión; granjas experimentales; expectativas de producción; Colombia frente a otros países productores; situación de los créditos y los insumos; evaluación de los servicios al productor.
Comisión Tercera-De Comercialización	Encargada de todo lo relacionado con la comercialización interna y externa del café. Políticas de reestructuración; cooperativas; Almacafé; cafés especiales; oficinas del exterior (en cuanto a comercialización de café); Buencafé Liofilizado; garantía de compra, publicidad y promoción; control de riesgos.
Comisión Cuarta-Financiera	Encargada de todo lo relacionado con los presupuestos de la Federación y del Fondo Nacional del Café; finanzas Fondo Nacional del Café; finanzas Comités Departamentales de Cafeteros.

Adicionalmente, pueden existir Comisiones Accidentales, que se conforman para estudiar asuntos fuera de la competencia de las comisiones de estudio o que por su índole así lo requieran.



Relación con los públicos de interés

La Federación, a través de su historia ha identificado los distintos públicos de interés con los cuales se relaciona. A continuación se presenta la estructura de relacionamiento con los públicos de interés, detallando los compromisos y los mecanismos de interacción que se tienen en cada caso.

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISO	INSTANCIAS DE INVOLUCRAMIENTO
Caficultores	<p>Asegurar el bienestar del caficultor colombiano a través de una efectiva organización gremial, democrática y representativa.</p> <p>Prestar bienes públicos cafeteros que eleven la calidad de vida de los productores colombianos de café.</p> <p>Fomentar la investigación, para maximizar la productividad y calidad del café.</p> <p>Brindar acompañamiento técnico a los productores mediante el Servicio de Extensión, para facilitar el acceso al conocimiento y la ejecución de programas gremiales en beneficio del productor.</p>	<ul style="list-style-type: none"> - Congreso Nacional de Cafeteros - Comité Directivo - Comités Departamentales - Comités Municipales - Páginas de internet: <ul style="list-style-type: none"> www.federaciondecafeteros.org www.cafedecolombia.com - Cartas del Gerente a cafeteros - Encuesta de satisfacción con el Servicio de Extensión - Boletín virtual PERGAMINO - Páginas web de los Comités Departamentales - Metodologías grupales e individuales aplicadas por el Servicio de Extensión - Encuentros gremiales para el liderazgo - Programas radiales cafeteros - Periódicos regionales cafeteros - Programa de televisión: "Las aventuras del profesor Yarumo" - Mensajes de texto vía celucafé

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISO	INSTANCIAS DE INVOLUCRAMIENTO
Gobierno y organismos multilaterales	Desarrollar proyectos de alto impacto social, ambiental y económico que beneficien a los caficultores colombianos y a la comunidad rural en general.	<ul style="list-style-type: none"> - Comité Nacional de Cafeteros - Comité Intergremial - Oficina de Asesores del Gobierno para Asuntos Cafeteros del Ministerio de Hacienda y Crédito Público - Comités y comisiones asesoras convocadas ad hoc por diferentes entidades del gobierno - Presidencia de la República, Ministerios, Departamentos Administrativos, Consejerías Presidenciales e institutos descentralizados - Contraloría General de la República - Gobernadores, Alcaldes y Congresistas de las zonas donde se llevan a cabo programas de inversión - Organización Internacional del Café –OIC - Consejo social del BID - Corporación Financiera Internacional
Cooperativas	Brindar acompañamiento con el fin de optimizar la gestión comercial y garantizar precios internos transparentes en el mercado doméstico.	<ul style="list-style-type: none"> - División de Cooperativas de la Oficina Central - Encuentros Cooperativos - Comités Regionales de Comercialización
Clientes y consumidores	Satisfacer las necesidades y expectativas de los clientes de café colombiano suministrando un producto diferenciado y de alta calidad.	<ul style="list-style-type: none"> - Encuesta de satisfacción de clientes externos realizada por la Gerencia Comercial - Encuestas de satisfacción del consumidor realizadas por Procafecol - Encuestas y focus group con consumidores - Páginas de internet: <ul style="list-style-type: none"> www.cafedecolombia.com www.federaciondecafeteros.org www.sostenibilidadenaccion.org www.buendia.com - Juan Valdez y Café de Colombia en la web y en las redes sociales, boletines virtuales - Encuesta de satisfacción del cliente realizada por Buencafé Liofilizado Colombia - Programa 100% Café Colombiano - Oficinas de la Federación en Estados Unidos, Asia y Europa

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISO	INSTANCIAS DE INVOLUCRAMIENTO
Asociaciones y gremios	Incentivar el fortalecimiento del sector y promover su sostenibilidad en los mercados.	<ul style="list-style-type: none"> - Consejo privado de competitividad - Asociación Nacional de Industriales –ANDI - Sociedad de Agricultores de Colombia –SAC - Asociación Nacional de Exportadores de Café – ASOEXPORT - Cámaras de Comercio Colombo Japonesa - Red de centros de investigación agropecuarios – CENIRED - Consejo Empresarial para el Desarrollo Sostenible – CECODES - Asociación Nacional del Café –NCA - Asociación de Cafés Especiales de Europa –SCAE - Asociación de Cafés especiales de Estados Unidos – SCAA - Instituto de la Calidad del Café –CQI - Federación Europea del Café –ECF - Asociación Japonesa del Café –AJCA - Junta consultiva del sector privado de la OIC – PSBCB - Asociaciones de países productores –ICAFE, IHCAFE, entre otros. - Organización Internacional del Café –OIC
ONG's y entidades certificadoras	Promover el intercambio de conocimiento y la adopción de estándares de calidad definidos en normas legales, técnicas y reglamentos de las entidades certificadoras.	<ul style="list-style-type: none"> - Global Gap - Junta Directiva de la Asociación del Código Común para la Comunidad Cafetera -4C - Junta Directiva UTZ - Organización para la certificación en comercio justo –FLO - Interacción con otros entes certificadores y ONG creadoras de estándares de certificación y verificación del café - Boletín virtual: Al Grano

GRUPOS DE INTERÉS	COMPROMISO	INSTANCIAS DE INVOLUCRAMIENTO
Empleados	Contribuir a la calidad de vida de los empleados y construir un lugar de trabajo con condiciones favorables en el que existan relaciones de confianza, transparencia y productividad.	<ul style="list-style-type: none"> - Intranet institucional - Diálogo sindical - Buzón de convivencia laboral - Carteleras en línea - Cartas del Gerente - Cumbres de extensionistas - Reuniones de coordinación administrativa - Comités Paritarios de Salud Ocupacional –COPASO - Correos corporativos - Buendato, boletín institucional de Buencafé - Liofilizado de Colombia - Boletín: Avances Técnicos de Cenicafé - Boletín virtual Contacto
Opinión pública	Proveer información confiable y transparente sobre la situación del sector y los resultados de proyectos ejecutados.	Páginas de internet: <ul style="list-style-type: none"> www.federaciondecafeteros.org www.cafedecolombia.com www.sostenibilidadenaccion.org - Boletines de prensa - Ruedas de prensa - Redes sociales

En esta misma línea se expone de forma detallada los medios de comunicación y las audiencias que la Federación ha desarrollado en su propósito de mantener contacto directo y abierto con todos sus públicos estratégicos.

MATRIZ DE RELACIONAMIENTO ESTRATÉGICO

	AUDIENCIA															
PRODUCTO Y/O SERVICIO	CAFETEROS	CLIENTES	CLIENTES COMERCIALES	INDUSTRIA CAFETERA	GOBIERNO	OPINIÓN PÚBLICA	COOPERANTES/ ALIADOS	GREMIO	CONSUMIDORES	INTERMEDIARIOS	DEPENDENCIAS	COLABORADORES	COOPERATIVAS	PROCAFECOL	ALMACAFÉ	OTROS INFLUENCIADORES
Campañas de comunicación																
Modelo de relacionamiento (documento/formato)																
Lineamientos de comunicación corporativa																
Programa Profesor Yarumo (Radio y TV)																
Informe de sostenibilidad																
Contenidos (digitales, impresos, videos, radio)																
Piezas de comunicación (artes finales y multimedia)																
Eventos de comunicación (ruedas de prensa, ferias, cumbres, cursos, talleres, degustaciones...)																
Boletines de prensa																
Desarrollo de Herramientas de Comunicación (presentaciones, manuales, documentos academicos, libros)																
Asesoría en las comunicaciones																

Adicionalmente, la Federación tiene presente en la ejecución de su estrategia de sostenibilidad que las alianzas son caminos fundamentales para facilitar su gestión en favor de los caficultores. En esta línea, el relacionamiento con instituciones locales e internacionales posibilita y potencializa oportunidades ligadas al posicionamiento y en general al beneficio de los productores de café de Colombia.

MEMBRESÍAS NACIONALES



CONSEJO EMPRESARIAL PARA
EL DESARROLLO SOSTENIBLE
-CECODES-



SOCIEDAD DE
AGRICULTORES DE
COLOMBIA -SAC-



CONSEJO PRIVADO DE COMPETITIVIDAD



ASOCIACIÓN NACIONAL DE
INDUSTRIALES -ANDI



CÁMARA DE COMERCIO
COLOMBO JAPONESA



RED DE CENTROS DE INVESTIGACIÓN AGROPECUARIOS -CENIREN

MEMBRESÍAS INTERNACIONALES



ASOCIACIÓN
NACIONAL DEL CAFÉ
-NCA



ORGANIZACIÓN
INTERNACIONAL
DEL CAFÉ -OIC



ASOCIACIÓN DE
CAFÉS ESPECIALES
DE ESTADOS
UNIDOS -SCAA



INSTITUTO DE LA
CALIDAD DEL CAFÉ
-CQI



ASOCIACIÓN DE
CAFÉS ESPECIALES
DE EUROPA -SCAE



FEDERACIÓN
EUROPEA DEL CAFÉ
-ECF

ASOCIACIÓN JAPONESA DEL CAFÉ -AJCA

JUNTA CONSULTIVA DEL SECTOR PRIVADO DE LA OIC -PSBCB

ASOCIACIONES DE PAÍSES PRODUCTORES -ICAFFE, IHCAFE, ENTRE
OTROS.

Gestión económica y financiera

Contribución Cafetera

Es el aporte que realizan los productores al Fondo Nacional del Café con el fin de obtener beneficios colectivos como la garantía de compra de la cosecha, investigación científica, asistencia técnica, control de la calidad y promoción del café de Colombia, programas sociales, entre otros.

Actualmente, la contribución cafetera equivale a 6 centavos de dólar por libra de café verde exportado.

Apalancamiento de recursos del Fondo Nacional del Café y beneficios directos al caficultor

Adicional a los aportes percibidos por contribución cafetera, la Federación potencia estos recursos para la financiación de programas que benefician directamente a los caficultores. De este modo en 2012 los productores recibieron de su ahorro colectivo beneficios directos por valor de **más de 3,4 veces** sus aportes totales por contribución cafetera al Fondo Nacional del Café.

Estos beneficios incluyen apoyos para programas de aumento de la competitividad, sostenibilidad del ingreso y de mejora en la calidad de vida de los caficultores, con programas como Plan de emergencia por la Ola Invernal, Permanencia, Sostenibilidad y Futuro, Servicio de Extensión, programas educativos y de convivencia familiar entre muchos otros.

Valor económico generado por las iniciativas de la Federación

En términos más amplios, dentro de las alianzas estratégicas de la Federación para la consecución de recursos de inversión social dirigidas tanto a los caficultores como a la comunidad rural, **gracias a las iniciativas de la Federación durante el año 2012 se generaron inversiones valoradas en USD \$409 Millones (COP \$736 Mil Millones)**, financiadas con recursos provenientes de los gobiernos nacional, departamental y municipal, los organismos de cooperación nacional e internacional, el FoNC y de las mismas comunidades beneficiadas.

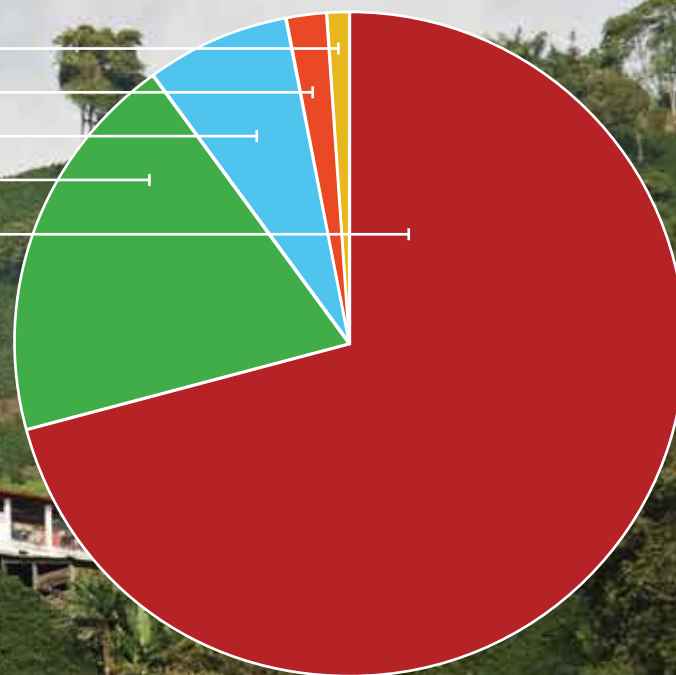
El 71% de estos recursos se destinó a programas de competitividad de la caficultura, lo que permite promover la sostenibilidad de los ingresos de las familias cafeteras. Igualmente se ejecutaron proyectos de mantenimiento vial y mejoramiento de infraestructura en el sector rural, en los cuales se invirtió el 19% de los recursos. El resto de los recursos se invirtió en proyectos para la construcción de infraestructura domiciliaria (7%), educación y capacitación (2%), conservación del medio ambiente, protección social y fortalecimiento gremial (1%).

GRI EC1, EC4, EC6

VALOR CREADO POR APORTANTE (MILES DE MILLONES DE PESOS)

APORTANTE	2012
FoNC	76.516
FNC	10.302
Gobierno Nacional	210.530
Gobierno Departamental	73.945
Gobierno Municipal	14.166
Cooperación Internacional	12.187
Cooperación Nacional	13.150
Comunidad	36.665
Otros aportantes	1.868
Especie	286.612
Total General	735.942

VALOR CREADO POR RUBRO DE INVERSIÓN SOCIAL



Gestión para el posicionamiento del café

Para transferir un mayor valor a los productores, la Federación cuenta con una estrategia comercial que premia y transfiere incentivos al productor, a la vez que innova con productos industriales y experiencias de marca que también generan regalías para fortalecer el ahorro colectivo de los cafeteros. De esta manera se agrega valor en el origen y se contribuye a la sostenibilidad de largo plazo de la actividad cafetera.

ESTRATEGIA DE POSICIONAMIENTO Y GENERACIÓN DE VALOR DEL CAFÉ



Segmentación de mercados

Certificación de nuevos grupos de productores

Industrialización y procesamiento de café

Promoción y defensa del Origen colombiano

Los mercados y clientes a los que llegamos con nuestro café tradicional

La Federación responde por alrededor del 25% de las exportaciones totales de Café de Colombia. En 2012 exportó a clientes de 39 países, 4 más que en 2011. De este modo se registraron transacciones por 1,8 millones de sacos, un crecimiento del 1,4% respecto a 2011. No obstante, el valor de las exportaciones se redujo 19% a raíz de la caída en los precios internacionales alcanzando USD 563 millones (COP \$ 1 Billón).

Entre los principales destinos se encuentran Japón con una participación de 18%, EE.UU con 17%, Bélgica 13% y Reino Unido con 12%.

Por región de destino, los principales mercados los constituyen Europa Occidental y Norteamérica, destacando un mayor crecimiento en las exportaciones hacia Alemania y Canadá.



EXPORTACIONES DE LA FEDERACIÓN EN SACOS DE 60 KG.

Región	2010	2011	2012	Var %
Europa Occidental	986.699	993.150	848.347	-15%
Norteamérica	439.926	298.974	472.214	58%
Asia	469.716	397.843	381.481	-4%
Europa Oriental	86.933	82.710	85.763	4%
Sur y Centroamérica	45.128	46.755	49.368	6%
Oceanía	7.215	4.638	11.490	148%
Africa y Medio Oriente	5.763	3.516	4.190	19%
Total	2.041.380	1.827.586	1.852.853	1%

Mercados emergentes

Como resultado de las acciones de la Federación para consolidar la presencia del café de Colombia en nuevos mercados, en el último año se aumentaron las exportaciones a mercados emergentes en un 35%, principalmente a países como Australia y China.

EXPORTACIONES DEL FONC EN SACOS DE 60 KG				
País	2010	2011	2012	Var %
Australia	5.759	3.374	8.434	150%
China	2.405	1.384	7.538	445%
Corea del Sur	20.967	11.142	22.781	104%
Rusia	77.837	69.059	74.954	9%
Israel	5.763	3.516	2.245	-36%
Nueva Zelanda	1.456	1.264	3.056	142%
Sudáfrica			1.923	
Total general	114.187	89.739	120.931	35%



Principales clientes

Para la Federación, establecer un vínculo entre los clientes y el café de Colombia, es vital continuar acercando a los consumidores con el productor y consolidar la fidelidad de éstos por el café colombiano, complaciendo de esta manera a aquellos consumidores exigentes y especializados a nivel mundial.



MAPA DE
MERCADOS DE
LA FEDERACIÓN
NACIONAL DE
CAFETEROS 2012
Y ALGUNOS DE
SUS CLIENTES



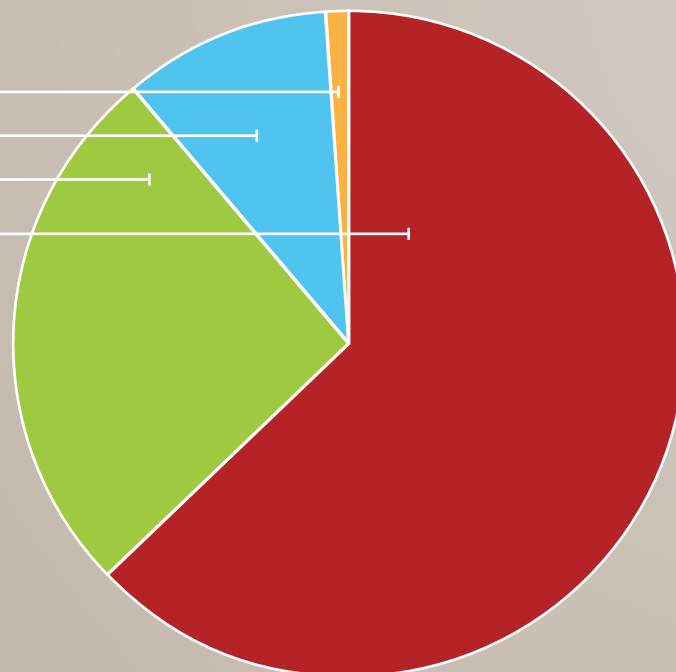


Principales mercados de cafés especiales

Con el propósito de seguir consolidando el café colombiano en los más altos segmentos que agreguen valor a los productores, la Federación de Cafeteros lidera el Programa de Cafés Especiales de Colombia con el objetivo de identificar y seleccionar cafés de características excepcionales, provenientes de regiones específicas. De acuerdo con la definición adoptada por la FNC, un café especial solo se considera como tal si los clientes están dispuestos a pagar un mayor valor por el producto con base en un atributo diferenciador, y ese mayor valor se transfiere a los productores. Los cafés especiales de la FNC son clasificados por:

- **Café por origen local:** Proviene de una región específica reconocida por sus cualidades cafeteras.
- **Café de Preparación:** Tienen una apariencia especial por su tamaño y forma, lo que los hace apetecidos en el mercado internacional.
- **Café Certificado:** Estos productos cumplen con una serie de protocolos o estándares definidos internacionalmente por agencias certificadoras independientes.
- **Café Orgánico:** La particularidad es que se cultiva sin la utilización de productos químicos como fungicidas, herbicidas, insecticidas y fertilizantes.
- **Café Sostenible:** Cultivado por comunidades que poseen un gran compromiso con la protección del medioambiente, logrando llevar una caficultura limpia y cuidando la conservación de la zona.

PRINCIPALES MERCADOS DE CAFÉS ESPECIALES



SIGUIENDO LA OPINIÓN Y PERCEPCIÓN DE LOS CLIENTES:

Como parte de la estrategia de posicionamiento del café, la Federación se interesa por fortalecer la relación con sus clientes corporativos.

En este sentido, a través de la herramienta de CRM (Client Relationship Management) la Federación monitorea la satisfacción del cliente al igual que obtiene una descripción detallada de sus gustos, preferencias y costumbres. Con este método se establece una relación estrecha con los clientes que permite ser más preciso en la provisión de los productos y servicios que el cliente desea.

En 2012 la Federación realizó con el Centro Nacional de Consultoría una encuesta para medir la satisfacción del cliente. Este ejercicio permitió identificar las siguientes fortalezas:

- Los clientes tienen una buena impresión de los servicios logísticos y de pago. En particular resaltan que el personal es calificado y que los servicios informáticos son robustos.
- Consideran que en la Federación encuentran un trato amable y profesional, con altos conocimientos técnicos.
- Reconocen que la publicidad y mercadeo aporta un valor agregado importante para el producto.
- También reconocen que el café colombiano tiene características de calidad y homogeneidad superiores. En especial, resaltan los controles de calidad en puerto como garantía de la calidad del café.
- Los clientes consideran que la Federación es dinámica, escucha a sus clientes y siempre está dispuesta a discutir nuevas estrategias. En particular, resaltan que la respuesta a las peticiones es rápida.

Así mismo, la encuesta permitió identificar los siguientes puntos para mejorar:

- Los clientes solicitan que exista personal en puerto que brinde información sobre los embarques de café. Dado que la información se maneja desde la oficina central, las inquietudes no son respondidas de manera inmediata.
- Los clientes solicitan formas de fijación de precios y de negociación más flexibles.
- Crear un servicio post venta para cada envío de café.



CERTIFICACIÓN DE NUEVOS GRUPOS DE PRODUCTORES

Con el apoyo del Servicio de Extensión de la FNC un creciente número de productores está adoptando diferentes tipos de programas. Por ejemplo, en los programas de Certificación Rainforest Alliance, UTZ Certified, FLO y Orgánico, participan 46.315 fincas. Por otra parte, se destaca el desarrollo de programas para la doble certificación tales como Rainforest Alliance + Orgánico, FLO + Orgánico y UTZ + Orgánico, en los que se encuentran vinculadas 2435 fincas. Como parte de la ejecución del proyecto Colombia Cafetera Sostenible, financiado con recursos de la cooperación holandesa, se certificaron 347 fincas cafeteras de propiedad de las familias beneficiarias. Adicionalmente un número aun mayor de productores han adoptado, con el apoyo de la Federación, protocolos de verificación en programas como 4C, AAA o Café Practices.

RESULTADO DE LAS CERTIFICACIONES 2012

En 2012, la Federación continuó promocionando y apoyando la producción de cafés especiales. Gracias a lo anterior, el número de fincas dedicadas a la producción sostenible de café creció en un 18%, mientras el área aumentó un 14%. Para el cierre de 2012 se tenían en Colombia 129.184 productores, 23% de este total, cuyas fincas poseen 365.528 hectáreas certificadas o verificadas bajo algún estándar internacional. Al cierre de 2012, Colombia exportó más de 2 millones de sacos de cafés especiales, de los cuales el FoNC participó con 927 mil sacos, equivalentes al 46% de las exportaciones totales de este tipo de café. Como hechos destacados del año en el segmento de cafés especiales, se tiene:

AAA Nespresso: en 2012, como parte de la alianza estratégica FNC Nespresso, se renovó el convenio a través del cual se otorga asistencia técnica a los caficultores de Cauca y Nariño que forman parte del clúster Nespresso.

En mayo de 2012, la Federación anunció la decisión de Nespresso de continuar apoyando sus programas de sostenibilidad en Colombia por los próximos cinco años mediante la destinación de recursos por USD 10 millones (COP \$18 Mil Millones) al año. El acuerdo se complementará con inversiones de la Federación, los productores y otros aliados por un valor de USD 35 millones (COP \$62.930 Mil Millones). Los recursos destinados ascienden a USD 85 millones (COP

152.830 Mil Millones) para ser ejecutados en los próximos cinco años. Dicho monto convierte este proyecto en uno de los de más alto impacto en el mundo cafetero internacional.

Plan Nescafé: en 2012, como resultado de la alianza entre Nestlé y la Federación, se logró la capacitación de 1.652 familias en adopción de Buenas Prácticas Agrícolas; la verificación 4C de 439 fincas; la producción de 4,5 millones de colinos de variedad resistente, y la construcción de la línea de base para la medición del impacto financiero y productivo de las actividades de renovación emprendidas a través del Plan Nescafé.



INDUSTRIALIZACIÓN Y PROCESAMIENTO DE CAFÉ

Mediante los procesos industriales que se llevan a cabo en Buencafé se optimiza el uso de las materias primas, se agrega valor al café producido en Colombia y se permite el acceso a mercados emergentes para el consumo de grano colombiano. Recientemente, con el desarrollo de un nuevo portafolio de productos y servicios, la fábrica ha buscado mayor involucramiento con sus clientes, así como colocarse a la vanguardia de las nuevas necesidades del mercado.



Promoción y defensa del Origen Café de Colombia

Con este instrumento se ha buscado afianzar los lazos de lealtad entre los consumidores finales y los cafeteros que producen el café que disfrutan. En este empeño han resultado de especial importancia la utilización de instrumentos legales tales como las denominaciones de origen nacional y regional, así como las indicaciones geográficas protegidas y las marcas de certificación, mediante las cuales se garantiza a los consumidores de café colombiano, su calidad y procedencia.

En la actualidad, el café de Colombia al igual que los cafés de Cauca y Nariño se encuentran protegidos a través de la figura legal de las denominaciones de origen. Por su parte, en 2012 se tramitó ante la Superintendencia de Industria y Comercio la denominación de Origen del Huila. Todo esto como parte de la iniciativa de promoción y defensa del origen mediante la figura de las denominaciones de origen regional.

La administración y protección de estas denominaciones es ejercida por la Federación mediante delegación de la Superintendencia de Industria y Comercio. De manera adicional, el café de Colombia está protegido en el mercado de los Estados Unidos y Canadá mediante marcas de certificación y fue declarado como

indicación geográfica protegida (IGP) en la Unión Europea, convirtiéndolo en el primer producto agrícola hecho fuera de las fronteras del bloque que cuenta con dicha protección bajo la normatividad de la Comisión Europea. De manera complementaria, para el 2012 el café de Colombia estaba en trámite para ser reconocido como IGP en Suiza.

Estrategia de marca

Dentro de esta herramienta se encuentran la marca ingrediente Logo Café de Colombia, la cual se licencia bajo los parámetros del programa de café 100% colombiano, fundamentado en la promesa de calidad y de valor del grano producido en el país. Mediante estas dos características se garantiza a los clientes del café colombiano su rentabilidad gracias a la posibilidad de comercializar sus marcas a precios superiores. Esto a su vez, ha permitido maximizar el ingreso que los cafeteros reciben por el grano que producen. En 2012 más de 588 marcas de café comercializadas alrededor del mundo hicieron parte del Programa Café 100% colombiano.

Adicionalmente, la marca Juan Valdez® propiedad del FoNC, ha coadyuvado al posicionamiento del café

colombiano a la vez que genera ingresos por regalías para el Fondo Nacional del Café, los cuales en 2012 ascendieron a USD\$ 2,7 Millones (COP \$5 mil millones), que han sido reinvertidos en las zonas cafeteras bajo los diferentes programas desarrollados por la Federación.

Defensa del patrimonio marcario

La Federación ha adoptado varias medidas defensivas a nivel mundial para proteger el patrimonio marcario de los cafeteros de Colombia y de la reputación del origen del Café de Colombia. Una de las principales amenazas se presenta cuando particulares buscan obtener derechos marcarios asociados con el origen, y de esta manera adquirir derechos que son de naturaleza colectivos y no individuales. Otras medidas incluyen la detección de infracciones del origen mediante el análisis de muestras recolectadas en todos los continentes; la revisión y seguimiento de los casos de infracción; la búsqueda de soluciones extrajudiciales y la interposición de las acciones legales pertinentes.

Adicionalmente, y teniendo en cuenta el desarrollo de la marca Juan Valdez® y la notoriedad que han adquirido las tiendas que utilizan esta marca, se han presentado incentivos para que terceros utilicen expresiones similares como: Juan Café y Café Valdez, en negocios o franquicias.

Durante el año 2012 se documentaron 11 infracciones alrededor del mundo, principalmente de las marcas Juan Valdez® y el logo de Café de Colombia®. Los infractores recibieron cartas de reclamo, demandas civiles de infracción con solicitud de medidas cautelares y en algunos casos se inició un proceso de retiro del mercado de los productos que utilizan las marcas en cuestión sin autorización.

LA DEFENSA DEL CAFÉ ORIGEN HUILA

Dentro de las acciones legales más notorias en 2012 se encuentra la acción de nulidad interpuesta en contra de particulares con sede en España por el registro de la marca HUILA para identificar café ante la Oficina de Registros Marcarios para la Unión Europea (OAMI), la cual fue resuelta a favor de los intereses de los cafeteros colombianos cancelándola, con gran despliegue publicitario nacional e internacional.

De no haber actuado la Federación, dichos particulares habrían tenido la capacidad de bloquear el uso de la palabra Huila en café para clientes y distribuidores de ese origen regional, o incluso, vender café de otros orígenes utilizando la expresión Huila.

En lo que tiene que ver con la protección del origen del Café de Colombia, diferentes tostadores en Estados Unidos recibieron cartas de reclamo por describir sus productos como “Colombian Blend” y en dichos casos se discontinuó el uso no autorizado. En este sentido, se presentaron siete nuevas solicitudes de marca y 38 oposiciones al registro de marcas con calificativos alusivos al café colombiano.

Defensa y control del Origen

La Federación es consciente de que proteger legalmente el origen del Café de Colombia no es suficiente; también se requiere, como parte de la garantía y trazabilidad, contar con la capacidad para verificar el origen del producto y descubrir infracciones.

En este sentido, la Federación puso en marcha una ambiciosa estrategia para verificar el origen de todas las exportaciones de café verde y tostado colombiano mediante la implementación de la primera red NIRS en Latinoamérica.

La red consiste en seis máquinas, tres de las cuales están ubicadas en los puertos marítimos colombianos, mientras las otras tres son utilizadas para el desarrollo de conocimiento científico. Su operación en

red permite la actualización de las bases de datos y los modelos de espectrografía existentes en la Oficina Central de Calidades y en Cenicafé.

Con esta nueva tecnología se complementa y fortalece el control de calidad ejercido por Almacafé, entidad que realiza anualmente análisis físicos y sensoriales a más de 30 mil muestras de lotes de exportación con metodologías estandarizadas y confiables, además de los análisis de más de mil muestras de café descrito como colombiano recolectados en supermercados de diferentes países del mundo.

Estos procesos de control de la Denominación de Origen “Café de Colombia” contaron con el financiamiento y cooperación del BID, a través de su Fondo Multilateral de Inversiones (BID-FOMIN), permitiendo que Colombia sea el primer país que adopta estas tecnologías de control de manera rutinaria para la protección del origen de su café.



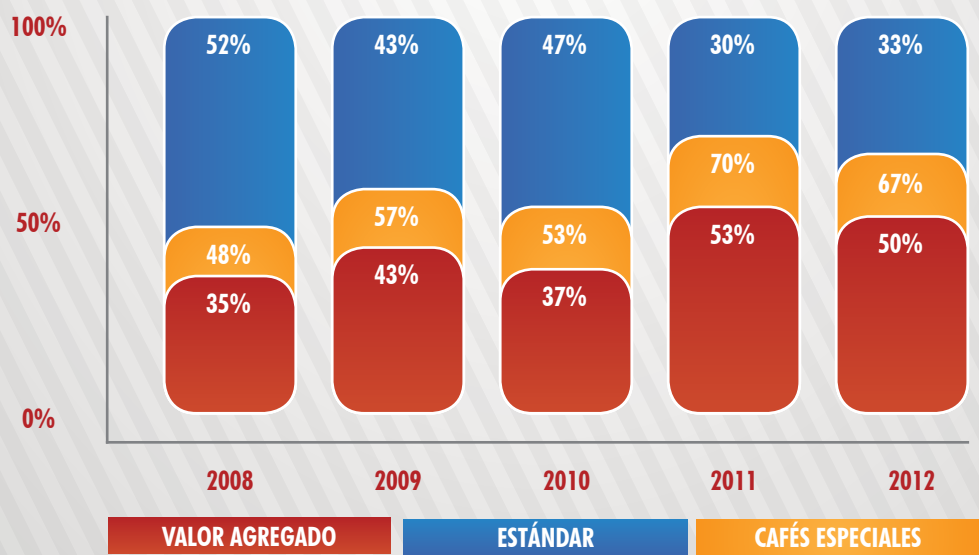
Los resultados de la Gestión de Posicionamiento

En 2012 las exportaciones totales realizadas por la Federación alcanzaron el equivalente a 1,8 millones de sacos de 60 kilos de café verde. De este total, el 67% correspondió a ventas de café con valor agregado, incentivando de este modo a otros actores del mercado de exportación a adoptar estrategias similares.

Por su parte, la apuesta de la Federación por el posicionamiento de los cafés especiales se refleja en que la mitad del total de sus exportaciones en 2012 correspondieron exclusivamente a este tipo de cafés. Y con ello aportó al 46% del total de exportaciones de cafés especiales del país durante ese mismo año.

COMPARATIVO ENTRE LAS EXPORTACIONES DE CAFÉS ESPECIALES DE LA FEDERACIÓN Y EL TOTAL DE EXPORTACIONES NACIONALES DE ESTE MISMO TIPO EN 2012	
Total de exportaciones cafés especiales de la Federación (Sacos)	Total de exportaciones cafés especiales Nacionales. (Sacos)
927.000	2.026.000

PARTICIPACIÓN DE LAS EXPORTACIONES POR TIPO DE CAFÉ 2008 - 2012



El énfasis que ha puesto la Federación en la comercialización de cafés especiales y procesados ha generado un crecimiento en las exportaciones de productos con valor agregado de Colombia, logrando en 2012 beneficios para sus productores representados en:

- Sobrepuestos de **USD 8,5 millones (COP \$15.283 Mil Millones)** a quienes comercializaron su café. Lo cual representa un promedio de 5,6 USD\$/libra, casi equivalente a la contribución cafetera. Vale la pena aclarar que el volumen comprado con frecuencia supera al exportado por razones de logística y aprovisionamiento.
- Las primas pagadas a los productores de cafés especiales crecieron en un 21% más de ingresos, respecto al año 2011, para los agricultores que vendieron sus productos bajo el programa de cafés especiales.
- Se transfirió un 22% adicional al precio internacional pagado a los productores de cafés suaves de otros países.

En este sentido, a pesar de los difíciles retos derivados de la dinámica volátil e inestable del mercado mundial y de la coyuntura interna y externa; hubo un impacto positivo en la estrategia de generar una competencia y mayores incentivos por cafés especiales en el mercado interno, forzando a otros actores a pagar también sobrepuestos e incentivos a los productores con la misma lógica de la política general de garantía de compra.

Adicionalmente se obtuvieron resultados positivos en el ámbito productivo: Se incrementó el número de productores que trabajan bajo estándares de sostenibilidad y se registró un mayor aprovisionamiento de cafés especiales bajo los cuales el productor recibe una prima adicional. Para el cierre del 2012 se tenían registrados 129 mil productores verificados o certificados, los cuales son proveedores permanentes y proveedores potenciales para los diferentes programas de cafés especiales sostenibles que lidera la Federación. Así mismo, se consolidaron las relaciones comerciales con diferentes clientes reforzando mercados tradicionales y abriendo nuevos, al igual que nuevos consumidores.



DESEMPEÑO AMBIENTAL

El propósito de la gestión medioambiental que lidera la Federación es trabajar constantemente para lograr un adecuado equilibrio entre la conservación de los recursos y la caficultura, transformando este interés en uno de los grandes desafíos de los últimos años y orientando su ejecución en la implementación de mejores prácticas de producción y el desarrollo de un modelo sostenible.

Para explicar mejor el impacto medioambiental que conlleva el ascenso en la cadena de valor mediante la transformación y comercialización de café, en esta sección se desglosan las acciones desarrolladas por la Federación Nacional de Cafeteros, así como las desarrolladas a través de Buencafé y Almacafé.

Algunos de estos impactos son: la generación de vapor en calderas y sus emisiones de material particulado, ruidos ambientales, fugas de amoníaco, malos olores en el tratamiento de aguas residuales, emisiones de CO₂ por transporte, entre otros. Todos ellos son gestionados debidamente, por lo cual se han desarrollado una serie de medidas y acciones.

Resumen de las principales iniciativas ambientales desarrolladas por Buencafé y Almacafé durante 2012

A continuación se relacionan las iniciativas puestas en marcha para mitigar los impactos ambientales posteriores al cultivo de café en el país.

BUENCAFÉ

- Uso de gas natural como combustible principal
- Lavado de gases de combustión
- Barreras acústicas (naturales o cabinas)
- Sistema de detección y mitigación de fugas de amoníaco
- Planta de Tratamiento de Aguas Residuales
- Uso de Biomasa (borra) como combustible para las calderas
- Quema de biogás (generado en la planta tratamiento de aguas residuales)
- Mantenimiento autónomo para la detección temprana de fugas, averías o fallas en los sistemas
- Mantenimiento Planeado con el fin de mejorar el funcionamiento de los equipos desde el punto de vista mecánico, eléctrico y de control automático

ALMACAFÉ

- Ahorro y uso eficiente del agua
- Ahorro y uso eficiente de los recursos energéticos
- Gestión integral de los residuos sólidos
- Gestión integral de los residuos peligrosos
- Control del vertimiento de aguas residuales
- Control y monitoreo de las emisiones atmosféricas

La caficultura es una actividad intensiva en el uso de agua. Por esta razón su conservación y su adecuada utilización son asuntos primordiales en esta actividad productiva.

Para conocer las acciones medioambientales desarrolladas por la Federación con los productores y con la comunidad dirigirse al capítulo 3 y capítulo 4 respectivamente.



GRI EN8, EN9, EN10, EN21, EN25

Uso y cuidado del agua

En lo que tiene que ver con sus actividades industriales, la Federación a través de Buencafé utiliza agua principalmente para el enfriamiento de la maquinaria utilizada en el proceso de transformación del café y para uso en instalaciones administrativas, siendo el primer uso el que genera el mayor impacto.

Por esta razón, a través de la implementación de las más avanzadas tecnologías, Buencafé ha alcanzado un 97 % de recirculación de agua, minimizando significativamente su consumo.

Del 3% restante que debe adicionarse diariamente a la planta de producción, 1,6% corresponde a las pérdidas por evaporación y purgas, y el 1,4% que no puede ingresar nuevamente al proceso, se destina a lavados, que posteriormente ingresan a la planta de tratamiento de aguas residuales antes de ser vertida en el alcantarillado, reduciendo así su carga contaminante. De esta forma no se ven afectadas las fuentes de agua en la operación industrial.

CONSUMO DE AGUA ANUAL PARA ENFRIAMIENTO Y LAVADO

Año	Uso de agua	Captación de agua	Volumen de agua recirculada	Volumen de agua vertida
2011	27.485.003	824.550	26.660.453	394.200
2012	27.372.400	821.172	26.551.228	392.585





GRI EN22, EN27

Reciclado de materiales y residuos

En cuanto a los residuos sólidos controlables por la Federación en su operación industrial, estos suceden principalmente en el proceso de transformación del café, por lo cual se han desarrollado estrategias orientadas a minimizar su impacto y tener un mayor aprovechamiento de los mismos.

En este sentido, en el caso de Buencafé dado que el 95% de los residuos están constituidos por borra, entendida como el residuo que deja el café en estado líquido durante el proceso de extracción y concentración, se desarrollaron los procesos que permitieron que a partir del año 1992, con el desarrollo de tecnologías, se reprocesaran para ser utilizados como combustible para la generación de vapor requerido por la planta. Los demás residuos son reutilizados en otras labores o tratados de acuerdo a la normatividad vigente. Para mayor información sobre el proceso de producción descrito por favor consulte [aquí](#).

VERTIDOS DE RESIDUOS SÓLIDOS BUENCAFÉ 2012
(TON/AÑO)

Residuos	2011	2012
Borra	8.291	8.146
Reciclaje	245	209
Basura	130	147
Peligrosos	11	11
Total	8.677	8.513

En cuanto al trabajo asociado con el objetivo de minimizar el impacto de residuos para los consumidores, el frasco empleado para el proceso de empaque de café liofilizado, que representa el 37% del total de compras de material, está compuesto por un 45% de material reciclado. De igual forma, las bandejas para frascos y las cajas para empaque flexibles, tienen un 30% de fibra reciclada y equivalen al 2,3% de las compras de material de empaque.

Adicionalmente, en el total de servicios prestados por Almacafé, el 99% de los residuos generados son reutilizados para fabricar material combustible, abono o para la preparación de concentrado de animales. En el caso de los residuos peligrosos, estos son tratados de acuerdo a la normatividad y son almacenados en las diferentes dependencias hasta completar la cuota mínima de tratamiento.

ALMACAFÉ: ACCIONES IMPLEMENTADAS PARA EL MANEJO DE RESIDUOS

Tipo de residuo	Ton.	Descripción
Residuos sólidos		
Aprovechables	10.876	Cisco, papel, cartón, borra, plásticos, madera, empaques, entre otros
No aprovechables	70	Orgánicos e inertes
Total	10.947	
Residuos peligrosos		
Gestionados	2	Tratados o dispuestos en rellenos de seguridad
Almacenados	3	Se conservan para su posterior tratamiento o disposición final
Total	5	

Consumo sostenible de energía

El mayor consumidor de energía de la organización es la operación industrial de Buencafé. Dentro de las actividades innovadoras implementadas por la FNC a través de Buencafé, adicionales a la utilización de los residuos de café (borra y cisco), como combustible en reemplazo de fuentes más tradicionales, se han implementado acciones como: cambio de iluminación fluorescente por tubos con tecnología LED, uso de Línea 115 KV, cambio de ACPM a crudo e instalación del calentador de agua solar para duchas del área de proceso. Todo lo anterior, en su conjunto, ha permitido las reducciones adicionales durante el periodo 2011-2012.

Como resultado de estas actividades se redujo el consumo de energía eléctrica utilizado para producir un Kg. de café liofilizado en 13,6%.

Por otro lado, la Federación Nacional de Cafeteros a través de Almacafé cuenta con procedimientos para ahorrar y usar eficientemente los recursos energéticos, optimizando el consumo de energía en iluminación, equipos eléctricos, aire comprimido, aire acondicionado, motores y redes eléctricas. En este sentido, comparando el consumo de energía eléctrica en 2012 con respecto al del año 2011, se presenta una disminución de 5,15%.

Emisiones y Huella de Carbono

La Federación Nacional de Cafeteros, ha logrado importantes avances en la medición de la huella de carbono en la cadena de valor del café, con el fin de identificar las principales fuentes de emisión de Gases Efecto Invernadero (GEI) y determinar posibles ineficiencias corregibles mediante mejores prácticas o tecnologías.

Buencafé ha participado en la medición de la huella de carbono, en cumplimiento del convenio establecido entre la Federación y el Instituto Colombiano de Normas Técnicas –Icontec. En este proyecto piloto fue posible calcular gran parte de la huella del café liofilizado y establecer que las emisiones necesarias para manufacturar el producto no superan la captura de CO2 en la finca.

EMISIONES DE GEI DE BUENCAFÉ			
Emisiones de gases efecto invernadero	Ton CO2e/año		Cambio 2011-2012
	2011	2012	
Directas	52.389	53.062	1,2%
Indirectas por energía eléctrica	6.711	5.263	-21,6%
Total emisiones	59.100	58.325	-1,3%

Las emisiones de CO2 generadas directamente por Almacafé están relacionadas al consumo de energía, estimadas en 2,1 toneladas en 2012, 5% menos que el año anterior. En relación al transporte, el cálculo de emisiones GEI no es directamente medible, debido a que este servicio es subcontratado y las condiciones geográficas del país dificultan aún más un adecuado seguimiento.

En este contexto, el transporte es otro generador de emisiones de CO2, razón por la cual La Federación a través de Almacafé, ha realizado su medición principalmente orientada a su consumo de combustible.

Adicionalmente, Buencafé presenta las emisiones de gases como el Óxido Nitroso (NO) y el Óxido de Azufre (SO).

EMISIONES BUENCAFÉ NO Y SO									
Emisión contaminantes	Kg. Contaminante /año				Kg. Contaminante /Ton CL				Cambio 2011-2012
	2009	2010	2011	2012	2009	2010	2011	2012	
Óxido nitrógeno Nox	18823	1434	9471	10208	2,27	0,17	1,16	1,25	7,6%
Bióxido nitrógeno Nox	7418	8470	9914	7032	0,92	0,98	1,21	0,86	-28,9
Material particulado	17470	45871	20038	23929	2,17	5,3	2,45	2,93	19,4
*CL: Café liofilizado									

El aporte a los colaboradores de la Federación

Los colaboradores de la Federación son un pilar fundamental para el desarrollo de la organización, demostrando a diario su compromiso, profesionalismo, responsabilidad y liderazgo en la misión que se les confía realizar.

Durante 2012 la Federación finalizó el año con un total de 2.764 colaboradores, de los cuales el 33% fueron mujeres quienes están presentes en todas las instancias de la institucionalidad cafetera.

NÚMERO DE COLABORADORES 2012

Tipo de Contrato	Total	%
Término Fijo	1.394	50%
Indefinido	1.005	36%
Labor Contratada	365	14%
Total	2.764	

COLABORADORES POR GÉNERO 2012

Unidad	Total	Mujeres	Hombres
Oficina Central	278	56%	44%
Dependencias	2.486	30%	70%
Total	2.764	33%	67%



Crecimiento y desarrollo laboral

La Federación crea oportunidades de fortalecimiento profesional y permite el acceso a otros desafíos dentro de la misma organización. En las cifras que se muestran a continuación se puede apreciar que el 52% de los colaboradores llevan 6 años o más en la Federación.

COLABORADORES POR PERÍODO DE AÑOS EN LA ORGANIZACIÓN 2012

Cantidad de años	Número de colaboradores	Porcentaje
Hasta 5 años	1.322	48%
6 a 10 años	615	23%
11 a 20 años	371	13%
21 a 30 años	314	11%
Más de 30 años	142	5%

Otra de las preocupaciones que ha tenido la Federación ha sido la de proveer oportunidades de desarrollo laboral a personas con una ardua experiencia y potencializarlas dentro de la institucionalidad. Durante 2012, un 26% de los colaboradores se concentran en el rango de edad de los 45 a 63 años.

COLABORADORES POR EDAD 2012

Rangos de edad	Total	%
45- 63 años	717	26%
33-43 años	940	34%
18-32 años	1.107	40%
Total	2.764	100%

De esta misma forma, el índice de rotación al cierre del 2012 llegó a un 17%, reflejando que la organización se preocupa por retener a los colaboradores con talento y proporcionarles un buen clima laboral. Sin embargo y como es habitual en este tipo de organizaciones, el más alto índice de rotación se encuentra en los jóvenes entre 18 y 32 años, que están en una etapa de mayor exploración laboral.

ROTACIÓN POR DEPENDENCIAS 2012

Proceso	Tasa de Rotación %
Oficina Central	10%
Dependencias	18%
Total	17%

ROTACIÓN POR EDAD 2012

Rangos de edad	Tasa de Rotación %
45- 63 años	5%
33-43 años	13%
18-32 años	30%
Total	17%

En materia de remuneraciones, se tienen criterios de equidad para mujeres y hombres, que dependen de las funciones y responsabilidades del cargo, sin importar género.

TABLA: DIFERENCIAS DE SUELDOS		
Nivel	Femenino	Masculino
Alta Gerencia	-8%	4%
Gerencia Media	4%	-1%
Táctico	4%	-2%
Profesionales	0%	0%
Operativo	-2%	1%

Por otro lado, con el fin de contribuir al bienestar y retribuir el compromiso de los colaboradores en beneficio de la organización y de los caficultores, solo el 5% de las personas está contratada con una asignación mensual igual al salario mínimo legal vigente y en el nivel operativo el salario mínimo promedio en 2012 estuvo en **USD \$457 (COP \$821.063)**, 39% por encima del salario mínimo legal.



Beneficiando a los colaboradores

Con el propósito de generar un clima laboral armónico a nivel interno y el núcleo familiar, la Federación cuenta con alianzas que benefician directamente a los colaboradores:

- **Centros vacacionales:** ubicados en Cartagena y Santa Marta, de los cuales 408 familias accedieron a este servicio en el 2012.
- **Convenio de Créditos de libranza con Entidades Financieras:** A través de los bancos Davivienda y Bogotá, donde los colaboradores adquieren mayores facilidades de acceso a créditos de vivienda, vehículo y de libre inversión. Durante 2012 fueron otorgados más de 750 créditos por un valor de **USD \$ 5.830 (COP \$ 10.483 millones de pesos)**.
- **Programas de Educación Superior:** Durante 2012 se continuó apoyando a 28 colaboradores de diferentes niveles dentro de la organización, vinculados a la Oficina Central e Inspecciones Cafeteras, en el desarrollo de su formación académica en niveles Técnico, Profesional, de Especialización y Maestría, cuyo contenido formativo tenga aplicación en el proceso donde se desempeñan.
- **Planes Corporativos de Telefonía Celular:** A través de convenios corporativos establecidos con empresas de telefonía celular, se cuenta con planes de voz y datos, a los cuales pueden acceder la totalidad de los empleados. Al cierre de 2012 el 45% de los empleados se benefician de estos planes.
- **Convenios Empresariales:** Beneficios tarifarios y descuentos en productos con empresas del gremio y externas como Buencafé, Procafecol, Suramericana, Medplus, Cajas de Compensación, servicios de ahorro y crédito con fondos de empleados y cooperativas.
- **Asesoramiento para mantener una buena salud:** En 2012 se llevó a cabo la semana de la salud orientada a la promoción de factores tales como: ejercicio, dieta saludable y acciones de detección temprana de enfermedades cardiovasculares.
- **Financiamiento de medicamentos:** Este programa ayuda a los colaboradores y pensionados a financiar medicamentos formulados.
- **Servicios de salud:** Durante 2012, se cubrieron servicios de salud de todos los niveles de complejidad. Este beneficio favoreció en promedio a 3.640 personas entre colaboradores y beneficiarios (familiares).

Crecimiento y desarrollo laboral

Contribuir en la formación y desarrollo de los colaboradores de La Federación de Cafeteros, es uno de los temas relevantes que se enmarca en la excelencia profesional de los colaboradores.

Los programas desarrollados dentro de la gestión de formación profesional, tienen como propósito fomentar la empleabilidad de los trabajadores, potenciar habilidades, desarrollar y fortalecer competencias y conocimientos de tipo técnico, bajo metodologías práctico-presenciales y de forma e-learning.

El siguiente cuadro muestra la ejecución de programas de capacitaciones, cuyo objetivo es fortalecer la aplicación de mejores prácticas en los procesos de la elaboración del café:

TABLA: FORMACIÓN PRESENCIAL 2012

Temas de formación	Duración (Horas)	Participantes	% participación mujeres	% participación hombres
Clima y Café	16	279	15%	85%
Conservación de suelos	16	262	13%	87%
Manejo de los sistemas Agroforestales con café	16	268	14%	86%
Manejo Fitosanitario del Café	16	230	17%	83%
Nutrición de Cafetales	16	199	19%	81%
Total	80	1.238		

TABLA FORMACIÓN VIRTUAL 2012

Cursos Técnicos Virtuales	Duración (Horas)	Participantes	% Participación Mujeres	% Participación Hombres
Manejo Integrado de la Broca del Café	48	840	19%	81%
Manejo Integrado de Plagas y Enfermedades Asociados a la Variabilidad Climática	48	985	18%	82%
Manejo Integrado de Sistema Agroforestal Cafetero	48	1.087	18%	82%
Retos en la Conservación de Suelos y Agua en Zonas de Ladera	48	1.087	18%	82%

Evaluación de Desempeño

Con el propósito de conocer el cumplimiento de objetivos y competencias desarrolladas, se realizó por segundo año consecutivo la evaluación de desempeño.

Durante 2012 participó el 87% de los colaboradores superando con creces a la realizada el 2011, en la que solo se obtuvo un 27% de reciprocidad. Para conseguir esta alta participación se involucraron procesos de Extensión Rural, Desarrollo Social, Investigación, Proceso Comercial, Administrativo, Financiero, Gestión Estratégica, Desarrollo Cooperativo, Jurídica y Auditoría Interna.

La participación en los procesos de evaluación de desarrollo y desempeño se concentra en continuar afianzando la cultura de la medición y del mejoramiento continuo como uno de los ejes fundamentales para generar ventajas competitivas, basados en el compromiso de las personas con su desarrollo, crecimiento personal y profesional.

Como resultado de la medición, el 66% de los colaboradores evaluados obtuvo sobresaliente, un 48% más que el año anterior, demostrando un gran avance en compromiso, trabajo y cumplimientos de estándares de desempeño.

Convenios colectivos

Durante 2012, se enfatizó en las constantes mejoras de la relación Federación – colaboradores cubiertos por convenios colectivos, asegurando la gestión operacional y las buenas relaciones.

Es por esto que el 20% de colaboradores son parte de Convenio Colectivo. Adicionalmente el 7% de los colaboradores pertenecen al Sindicato de Trabajadores de la Federación Nacional de Cafeteros de Colombia (Sintrafec) y el 3% hace parte del Sindicato Nacional de Trabajadores de la Industria del Café (Sintrainduscafe).

BENEFICIOS CONVENIOS COLECTIVOS

En 1998 se incluyen los asuntos de salud y seguridad dentro de los compromisos convencionales contemplados en la última conven-
ción. El acuerdo incluye beneficios en lentes y monturas.

El 38% de los trabajadores a nivel nacional hacen parte de los comités de salud ocupacional, brigadas de emergencia, inspecciones de seguridad, equipo de comportamientos seguros y coordinadores de salud ocupacional.

Ausentismos

Con la finalidad de crear un espacio de trabajo seguro y cálido, se desarrollan herramientas para minimizar los riesgos de los colaboradores en todas las áreas y procesos que se realizan a diario. Gracias a estas acciones no se han registrado accidentes laborales mortales durante tres años consecutivos.

Durante 2012, los colaboradores fueron atendidos integralmente por incapacidades asociadas a accidentes de trabajo, estas incapacidades generaron un total de 681 días no trabajados, los cuales no representaron un impacto negativo en el desarrollo de las actividades diarias.

NO. DE AT POR VIGENCIA CON DÍAS DE INCAPACIDAD

Año	No. de Accidentes	Días de Incapacidad
2008	89	652
2009	157	808
2010	147	1207
2011	197	809
2012	49	681

Los mayores riesgos de accidentalidad se presentan en el trabajo de campo realizado por los Comités Departamentales durante las labores de visitas a las fincas, debido a que el 87% de la población se moviliza en zonas rurales dejándolos expuestos a diferentes riesgos, tales como accidentes de tránsito, enfermedades tropicales, ataque de animales, caídas o golpes o consumo de alimentos que generen trastornos de salud. Por ello, la Federación dentro del programa de salud ocupacional ha desarrollado acciones que contribuyen a minimizar los riesgos, tales como:

- Comunicación de peligros ocupacionales a los colaboradores expuestos
- Sensibilización frente al riesgo ocupacional a los colaboradores expuestos
- Formulación de estándares de trabajo seguro
- Investigación de incidentes (incidentes y accidentes)
- Inspecciones de higiene y seguridad
- Observaciones de comportamiento seguro

Adicionalmente, para contribuir a reducir los riesgos de accidentalidad, desde 2011 Buencafé cuenta con la certificación OHSAS 18001 del Icontec en Sistema de Seguridad y Salud Laboral. Igualmente se llevan a cabo acciones como capacitaciones de brigadistas y la inclusión de un dispositivo en el traje de los operarios en el cuarto frío en caso de incidente, accidente o evento no deseado.

Así mismo cada año se realizan controles médicos periódicos a todos los trabajadores de proceso e ingeniería, incluyendo aquellos especiales de acuerdo al sistema de vigilancia epidemiológico y otras condiciones como aptitud para laborar en trabajos de alto riesgo. Con esto se busca detectar prematuramente los cambios en salud derivadas de las condiciones de trabajo y establecer medidas de prevención primarias sin dejar secuelas. Como resultado, en 2012 se registraron 8 accidentes leves, 3 menos que en el año anterior.

Reconocimientos recibidos por la gestión

La Federación y sus entidades relacionadas son una organización reconocida nacional e internacionalmente. Sus diferentes iniciativas y sus logros le han permitido recibir varios reconocimientos y premios que la alientan a continuar trabajando en beneficio de los caficultores colombianos. A continuación se presentan algunos de los reconocimientos recibidos en el curso del 2012, que complementan un largo historial de premios y menciones honoríficas recibidos a través de la historia de la organización.

Transformación productiva hacia una economía baja en carbón: En el marco de la Conferencia de las Naciones Unidas sobre el Desarrollo Sostenible -Rio+20, el Banco de Desarrollo de América Latina (CAF) otorgó a la Federación el tercer puesto como empresa latinoamericana líder en transformación productiva hacia una economía baja en carbono.

Merco Empresarial 2012: La Federación ocupó el puesto 37 entre las 100 compañías más prestigiosas del país. En el estudio de Merco Empresarial 2012 se investigó sobre la reputación corporativa entre más de 1.000 compañías en las que se evaluaron diferentes aspectos como la transparencia informativa y la accesibilidad, los resultados económicos, el compromiso con la comunidad y la responsabilidad social y medioambiental.

Certificación de Calidad de la Información: Este reconocimiento fue otorgado por el Departamento Administrativo Nacional de Estadísticas -DANE a la Federación en la categoría A (Excelente), gracias a la consistencia, confiabilidad, calidad, control y estandarización de la información contenida en el registro del volumen de las exportaciones mensuales de café.

Premio Nacional de Corazones Responsables: La Sociedad Colombiana de Cardiología y Cirugía Cardiovascular y la Fundación Colombiana del Corazón, otorgaron el segundo puesto a la Federación y Almacafé, por su programa “Prepárate hoy para un mañana saludable”. Esto como reconocimiento al compromiso de crear una cultura de hábitos saludables como camino seguro para lograr una vida sana y con menor riesgo de enfermedad cardiovascular.

Premio a la equidad de género: El senador Carlos Alberto Baena López entregó al Parque Nacional del Café el premio a la equidad de género en reconocimiento a su labor de promoción de la igualdad salarial entre mujeres y hombres. Actualmente, el Parque Nacional del Café tiene vinculados directamente a 125 hombres y 78 mujeres, quienes reciben su remuneración salarial de acuerdo a normas establecidas por competencias y el desempeño de cada persona independiente del género.

Premio Effie Awards de Plata, Colombia: La organización Effie World Wide premia todos los años las ideas más eficaces en comunicación de marketing en todo el mundo. En mayo 2012, La Federación Nacional de Cafeteros a través de su agencia Proximity, fueron galardonados en la categoría Marketing Relacional.



PARTE 4

SOSTENIBILIDAD EN ACCIÓN: INICIATIVAS Y PROGRAMAS DE LA FEDERACIÓN EN BENEFICIO DE LOS PRODUCTORES DE CAFÉ

GRI EC6, SO1



El rol que ejerce la Federación en la defensa de los intereses de los caficultores colombianos parte de la interacción con ellos a través de múltiples instancias, con una estructura y modelo participativo que facilitan la comunicación frecuente entre los productores y las distintas instancias de la Federación. De esta forma se busca responder eficientemente a las necesidades y potenciar las oportunidades que tiene el café colombiano en mercados internacionales, pensando nuevamente en alcanzar el beneficio último para los productores.

Todo lo anterior se traduce en la capacidad de gestionar e implementar programas y proyectos concretos que, bajo el liderazgo de la Federación, cubren distintos frentes importantes para la sostenibilidad. Se trata de pasar del diagnóstico a la acción, bajo un modelo de Sostenibilidad en Acción®, que no se limite al discurso y a las sugerencias sino que se vuelva parte activa del cambio de la realidad en las comunidades y fincas de los cafeteros. Los ejemplos más destacados en este frente son: El mejoramiento de la productividad de sus cultivos, el acceso al crédito y los servicios financieros, la optimización del precio de compra, la investigación, desarrollo y capacitación; las iniciativas ambientales que mitigan los riesgos para el cultivo; así como las alternativas de conectividad y desarrollo tecnológico que favorecen la interacción y crecimiento de las distintas regiones cafeteras en todo el país.

Esta sección del Reporte da cuenta detallada de los programas asociados a cada uno de los frentes antes mencionados, las cifras y logros alcanzados en cada uno de ellos y la gestión que la Federación impulsa en toda esta estrategia al servicio del café de Colombia.

Renovación para la competitividad de los productores

La disminución de la productividad en el ciclo del cultivo de café es sin duda uno de los desafíos latentes que puede impactar con más fuerza la sostenibilidad y las condiciones de los productores a largo plazo. Es muy importante mantener los cultivos en edad óptima de producción para aumentar su productividad aún en condiciones climáticas cambiantes.

Pensando en lo anterior, la Federación ha impulsado una serie de iniciativas para transformar la estructura productiva del parque cafetero en el país; en otras palabras, los cafeteros colombianos consideraron imperativo renovar las áreas de cultivo con cafetales más jóvenes y con mayor productividad, densidad de siembra y resistencia a plagas y enfermedades y la Federación ha sido el actor institucional clave para asumir este reto.

El proceso de renovación de los cafetales es fundamental para incrementar la productividad de los cultivos y reducir los riesgos de afectación por problemas climáticos, lo cual hace que los ingresos de los productores aumenten y puedan reducir sus costos unitarios y asumir el mantenimiento del cultivo y posteriores renovaciones.

En 2012 se registraron nuevas siembras y renovaciones por 117.236 hectáreas. El 94% de los cultivos renovados en el año (110.184 hectáreas) se realizó con variedades resistentes a la roya. De este modo,

mientras en 2008, el 30% del área total sembrada en café correspondía a cafetales tecnificados resistentes, para finales del 2012 esta participación se elevó al 54%. Así, **el área en café tecnificado joven y resistente a la roya pasó de 187 mil hectáreas en 2008 a 455 mil hectáreas en 2012, lo que implicará necesariamente un aumento en la productividad de las fincas y de los volúmenes de producción de Colombia a partir del 2013. Es difícil encontrar un ejemplo similar de un cultivo perenne en el mundo que haya realizado semejante transformación productiva en tan poco tiempo.**

Como parte de esta iniciativa, la Federación ha contado con instrumentos especiales que facilitan la reconversión productiva para los productores de menor tamaño. Es el caso del programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro (PSF) con el que se otorgan créditos en condiciones flexibles para que propietarios de menos de 5 hectáreas sembradas de café accedan a recursos para la renovación de sus cafetales.

El Programa tiene foco en los pequeños caficultores que representan el 96% del total del país y se ejecuta a través del Banco Agrario; el trámite de los créditos se realiza con el apoyo de los Comités Departamentales y Municipales de Cafeteros, así como con la Oficina Central.

Crédito y servicios financieros, más oportunidades para los productores

La Federación pone a disposición de los caficultores colombianos el Servicio de Extensión para darles asesorías de modo que puedan acceder a diferentes líneas de crédito agropecuario. A continuación se describen algunos ejemplos adicionales al Programa Permanencia, Sostenibilidad y Futuro que pueden ilustrar el acompañamiento que se gestiona en el frente de acceso al crédito.

- **Fondo de Garantía del Café (FOGACAFÉ):** Su objetivo es respaldar los créditos del pequeño productor cafetero ante las entidades financieras durante la vigencia del mismo. Esto permite agilizar y disminuir los costos del trámite de los créditos y facilitar el acceso de personas que no cuentan con las garantías exigidas por el sistema financiero.
- **PRAN Cafetero y programa de alivio a la Deuda Cafetera:** la Federación gestionó ante el gobierno nacional la expedición y ampliación de la Ley

1504 de 2011 que otorga beneficios a los deudores de crédito cafetero que se encuentran en mora, a través del Programa Nacional de Reactivación Agropecuaria PRAN. Estos programas de alivio, le permiten al deudor librar la obligación vigente y habilitarse como sujeto de crédito dentro del sistema financiero colombiano.

- **Línea Especial de Crédito para Beneficiarios Ecológicos Comunitarios:** Aprobado con el apoyo del gobierno nacional, cuyo enfoque está en que las Cooperativas de Caficultores puedan construir proyectos de beneficio ecológico comunitario. Con esta iniciativa se busca mejorar la productividad y competitividad de las fincas gestionando recursos para que el productor ahorre en costos del beneficio o pos-cosecha, conserve el medio ambiente, preserve la calidad del café colombiano y mejore sus condiciones de vida y las de su familia.

En 2012 se gestionaron ante los intermediarios financieros 90.060 créditos para caficultores por un valor de USD \$320 Millones (COP \$592.229 millones) bajo las diferentes líneas de crédito especializadas otorgadas por FINAGRO.

Garantía de compra, gestión del precio y su impacto en la caficultura local

Uno de los temas más sensibles asociados a la calidad de vida de los productores es el ingreso no solo por la vía del volumen producido sino por el acceso a precios remunerativos. Aunque es evidente que la FNC no controla las cotizaciones internacionales ni la tasa de cambio del dólar a la moneda colombiana, si puede ejercer presión a través de mecanismos de mercado para generar competencia en centenares de mercados locales de todo el país donde los productores venden su café.

Para llevar a cabo esta labor y fortalecer la capacidad negociadora de los productores independientemente del volumen de café transado, la Federación ha desarrollado un instrumento que es considerado sin duda el principal bien público cafetero: El Sistema de Garantía de Compra, que busca disminuir los costos de transacción de los productores e incluye los siguientes elementos: i) Transferir la mayor proporción posible del precio internacional al caficultor; ii) Asegurar todos los días un precio base de mercado como medio para contrarrestar el poder de los compradores locales a través de un comprador de última instancia y iii) Garantizar la liquidez para el pago de contado y

la presencia en el mayor número de mercados locales posible para que el productor pueda vender su café lo más cerca posible de su finca.

Para lograr este objetivo la Federación publica diariamente un precio base de compra, calculado a partir del precio de mercado internacional, el diferencial o prima de calidad base del café colombiano y la tasa de cambio representativa del mercado, descontando los costos de transporte y procesamiento. Para que este sistema sea efectivo y transparente, este precio base es publicado diariamente a través de los medios de comunicación y por las Cooperativas de Caficultores, en los Comités Departamentales de cafeteros o en la página web de la Federación, entre otros medios.

Para garantizar la presencia y relevancia en el mayor número de mercados locales la FNC dispone de 536 puntos de compra asociados a 34 cooperativas de caficultores de todo el país, de modo que los productores pueden vender su café en un lugar cercano a sus fincas, con un pago de contado y sin incurrir en mayores costos de transporte. Así se presiona a otros intermediarios y compradores a pagar un precio igual o superior al precio publicado por la Federación.

En la gestión de la garantía de compra, la Federación también cuenta con el sistema de compra por calidad denominado [Almendra Sana](#), el cual premia la calidad del café reconociendo el esfuerzo del productor.

GESTIÓN DE COMPRA EN 2012:

- Se transfirió a los productores un 93% del precio internacional del café.
- En promedio la Federación pagó entre 9% y 11% más del precio base de compra publicado.
- Se adquirieron 2,1 millones de sacos de 60 kg, equivalente al 27% de la producción.

ADQUISICIÓN DE CAFÉ A PRODUCTORES (MILLONES DE SACOS DE 60KG)

2011	2012	Diferencia
1,86	2,13	15%

Gestión para alcanzar el mejor precio

El café, como muchos otros productos básicos, tiene un precio volátil que depende directamente de las fluctuaciones del mercado internacional. Para ayudar a mitigar estas fluctuaciones la Federación desarrolló su estrategia de valor agregado que busca capturar vía diferenciación, posicionamiento y calidad del café colombiano, un mayor precio para el productor local.

Así los caficultores que vendieron en 2012 su café bajo programas de cafés especiales recibieron sobreprecios de 5,6 USD¢/libra, valor equivalente a US\$ 8,5 millones (COP \$15.283 Mil Millones).

Instrumentos financieros que contribuyen a mitigar oscilaciones de precios

Contrato de Protección de Precio CPP: es un mecanismo que permite a los productores fijar su ingreso mínimo futuro al precio del mercado del día de la

compra del contrato, o incluso a un precio 10% superior o inferior. Protegiendo así el ingreso del caficultor y aprovechando las coyunturas favorables del precio en su beneficio futuro.

Contrato de compra contra entrega futura de café (CCCEF): Este instrumento se ofrece a través de las Cooperativas de Caficultores con un esquema de fijación de precio y volumen para entrega y pago hasta por 6 meses en el futuro.

Medidas de apoyo al ingreso del caficultor

Apoyo al Ingreso del Caficultor –AIC: Iniciativa adicional financiada por el gobierno nacional a partir de octubre del 2012 como una medida para aliviar las pérdidas en el ingreso de los productores ocasionadas por la disminución del precio interno del café impactado por las menores cotizaciones internacionales y la apreciación de la moneda colombiana; es importante destacar que este apoyo se logró implementar luego de solo una semana de su aprobación por parte del Comité Nacional.





Para acceder al AIC, los productores registrados en el Sistema de Información Cafetera deben presentar ante la Cooperativa de Caficultores o el Comité de Cafeteros, una copia de la factura de venta o documento equivalente. Pasados cinco días hábiles, el AIC es depositado en la Cédula, Tarjeta Cafetera Inteligente o cuenta bancaria a nombre del caficultor.

Inicialmente, para su implementación el gobierno nacional destinó recursos por USD \$16 Millones (COP\$28.800 millones) para la entrega de un auxilio al precio equivalente a USD \$11 (COP \$20.000)/carga c.p.s. siempre y cuando el precio interno se encontrara por debajo de USD \$361 (COP \$650.000)/carga c.p.s. Posteriormente, el 25 de noviembre de 2012 se asignaron \$ 27 Millones (COP\$ 50.000 millones) adicionales, circunstancia que permitió triplicar el AIC hasta USD \$33 (COP \$60.000) por carga c.p.s.

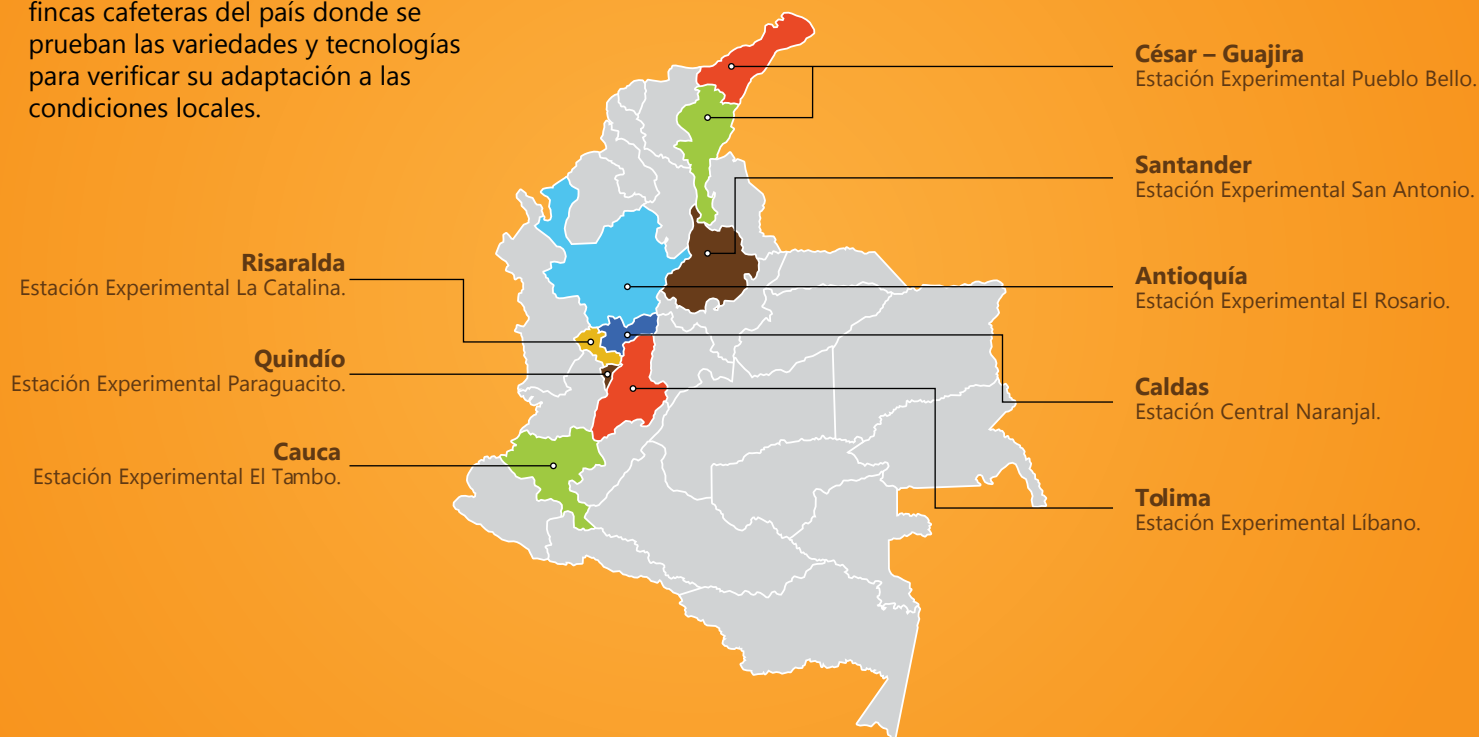
Así las cosas, entre el 24 de octubre fecha en que inicio el programa y el 31 de diciembre de 2012, más de 121 mil cafeteros accedieron al AIC mediante el trámite de 384 mil facturas por concepto de la compraventa de 918 mil cargas de café pergamino seco con pagos directos a los cafeteros por USD \$ 31 Millones (COP \$56 mil millones de pesos).

CENICAFÉ Y EL SERVICIO DE EXTENSIÓN: INVESTIGACIÓN Y CAPACITACIÓN COMO HERRAMIENTAS PARA LOS CAFETEROS

En 1938, la Federación creó el Centro Nacional de Investigaciones de Café, Cenicafé. Su objetivo es estudiar los aspectos relacionados con la producción en las fincas, la cosecha, el beneficio, la calidad del grano, el manejo y la utilización de los subproductos de la explotación cafetera, y la conservación de los recursos naturales de la zona cafetera colombiana.

Desde su fundación, Cenicafé ha recibido el apoyo de los caficultores y su desafío ha sido el desarrollo de tecnologías apropiadas para la producción de café en Colombia, en términos de sostenibilidad económica, ambiental y social. El Centro cuenta con investigadores capacitados en las disciplinas y la tecnología para atender las prioridades más relevantes y actuales vinculadas a la caficultura en el país.

Cenicafé cuenta con 8 Estaciones Experimentales que reúnen las condiciones ambientales representativas de la mayoría de las fincas cafeteras del país donde se prueban las variedades y tecnologías para verificar su adaptación a las condiciones locales.



Por su parte, a través del Centro Nacional de Investigación de Café, Cenicafé, el Servicio de Extensión y la investigación participativa con productores, extensionistas e investigadores, la Federación activa el circuito de conocimiento en las zonas rurales. De esta forma se realizan capacitaciones y seguimientos a la implementación de buenas prácticas productivas, con los últimos adelantos tecnológicos y en armonía con el medio ambiente como soporte para alcanzar una actividad cafetera sostenible.

Servicio de Extensión

El Servicio de Extensión de la Federación y de los Comités Departamentales, creados en 1959, están orientados a desarrollar y ejecutar programas técnicos, sociales, económicos, ambientales y gremiales con los productores de todas las regiones cafeteras de Colombia. Es por ello que es considerado el “Ejército de paz” cafetero.

Su prioridad es apoyar al productor de café en la construcción de su empresa cafetera y transmitir el conocimiento relacionado con el cultivo del café.

Las personas que trabajan en el Servicio de Extensión son llamadas extensionistas, quienes actualmente son más de 1.669 hombres y mujeres que recorren las zonas cafeteras colombianas, trabajando comprometidos con los productores del país y sus familias.

Entre sus labores más destacadas están: La transferencia de tecnología para mejorar la calidad del café, la productividad de las plantaciones y los rendimientos económicos de los cafetales. Además, estimulan la vinculación de los productores y la participación en proyectos



sociales, productivos, de infraestructura y medio ambiente.

Para llevar a cabo la labor de adopción de tecnología e implementación de programas, la Federación combina diferentes tácticas de comunicación y contacto con los productores. En el año 2012 se mantuvo una activa estrategia de medios dirigidos a productores para actualizarlos sobre mejores prácticas, noticias del sector y novedades en las iniciativas. Así, a través de 73 programas de radio emitidos por 250 estaciones rurales, la serie de televisión “Las Aventuras del Profesor Yarumo”, emitidos por cadena nacional 6 días a la semana, así como por 8 periódicos regionales, los productores reciben información relevante para su negocio.

En el campo digital estas actividades se complementan con mensajes de texto a cerca de 240 mil productores para notificarlos de novedades relevantes, las cartas semanales del Gerente vía correo electrónico que le llegan a casi 14.000 destinatarios, y el boletín virtual “Pergamino”, que reciben los productores que deseen suscribirse.

Estas labores de medios masivos y virtuales lideradas a través del personaje símbolo del Servicio de Extensión, “el Profesor Yarumo®”, se complementan con los contactos personales del Servicio de Extensión de la Federación en el campo. **En el curso del 2012 los extensionistas de la Federación realizaron 36.967 actividades grupales las cuales son atendidas por alrededor de 15 productores en promedio. Adicionalmente, mediante visitas individuales a fincas o a través de contactos personales con productores en oficinas de los Comités de Cafeteros se atendieron 624.848 inquietudes de productores, que resultaron en una actualización de 238 mil registros en el Sistema de Información Cafetera SICA.**

De esta forma la Federación, de manera complementaria con las estrategias de medios masivos y digitales y reuniones gremiales de Comités Municipales y Departamentales de Cafeteros, **realizó a través del Servicio de Extensión cerca de 1,2 millones de contactos individuales con productores documentados bajo estándares ISO 9001.**



Gestión ambiental con los productores

La caficultura es concebida como una actividad compatible con la conservación del medio ambiente, para lo cual la Federación promueve y educa tanto a los productores como a las comunidades rurales sobre la conservación de los recursos naturales y la implementación de buenas prácticas para conservar y proteger la biodiversidad de las zonas cafeteras. En los últimos años, y como consecuencia de las experiencias de la llamada ola invernal y la presencia de intensos y más frecuentes fenómenos como el de “La Niña”, uno de los mayores desafíos ha sido enfrentar y adaptarse rápidamente a los cambiantes fenómenos climáticos.

Caficultura y cambio climático

El cambio climático es un fenómeno global, que ha afectado todas las actividades agrícolas alrededor del mundo. Para ello, la Federación, con el concurso de Cenicafé, ha venido trabajando de manera conjunta con los productores diversas estrategias para mantener la viabilidad de la caficultura colombiana frente a un escenario climático cambiante.

Programas para enfrentar los efectos del Cambio Climático en la Caficultura

- Caficultura climáticamente inteligente
- Fortalecimiento de la Red de estaciones agroclimáticas
- Plan de Emergencias por la Ola Invernal

Caficultura climáticamente inteligente

Para enfrentar las dificultades del cambio climático, el proceso de transformación productiva impulsado por la Federación en los últimos años se complementó con una estrategia denominada Caficultura Climáticamente Inteligente, basada en la adaptación, la mitigación y la siembra de variedades resistentes, la cual se desarrolla con base en las siguientes estrategias:

- Desarrollo de variedades resistentes a la roya, como la Variedad Castillo® y sus siete variantes regionales, caracterizadas por una productividad 17% mayor que las variedades Caturra y Colombia.
- Renovación por siembra con variedades resistentes y manejo de podas para recuperar la productividad. En 2012, se renovaron 110 mil hectáreas en variedades resistentes, con ello el 54% del área sembrada corresponde a estas variedades.
- Establecimiento de densidad y arreglos de cultivo en función del tipo de variedad, el sombrero y las condiciones climáticas de cada zona. Para 2012, el 94% de los cultivos fueron tecnificados.
- Manejo fitosanitario del cultivo en función de la vulnerabilidad en cada zona cafetera, previniendo la propagación de enfermedades y plagas como la roya, la mancha de hierro, el mal rosado y la gotera.
- Extensión de prácticas asociadas a la agricultura de precisión, para mejorar la nutrición del cultivo mediante la aplicación de cantidades óptimas de fertilizantes, con fundamento en la realización de análisis de suelos.
- Manejo del sombrero para incrementar la productividad, sin poner en riesgo los cultivos.
- Implementar prácticas de conservación de suelos, para prevenir la erosión, los deslizamientos y los derrumbes tan frecuentes en la temporada invernal.
- Manejo de alertas climáticas tempranas, para la detección de problemas fitosanitarios y la proyección de la cosecha cafetera. Al finalizar 2012, se registró una reducción de los niveles de infestación por broca, pasando de 2% en 2011 a 1,9% y de infección por roya de 10,8% en 2011 a 5,3% en 2012.

Red de estaciones agroclimáticas

Dentro de la estrategia Caficultura Climáticamente Inteligente se ha buscado repotenciar la fuente primaria de obtención de información y de análisis, y dar continuidad a procesos en desarrollo para la generación de información en línea que permita desarrollar sistemas de alertas tempranas. Este nuevo conocimiento y oferta tecnológica permitirá atenuar las condiciones de variabilidad climática y diseñar escenarios futuros de cambio climático.

LOS AVANCES MÁS RELEVANTES PARA MITIGAR LOS EFECTOS DE LA VARIABILIDAD CLIMÁTICA SE CENTRAN EN:



La selección de 105 sitios para instalación de estaciones agro-climáticas automáticas en la geografía cafetera.



La adquisición de estaciones automáticas e instalación de 25 de ellas en la geografía cafetera de los departamentos de Cauca, Caldas, Risaralda, Quindío, Santander, Norte de Santander, Antioquia y Cesar.



Adquisición y puesta en marcha de la plataforma computacional espacial y alfa-numérica.



Adquisición y puesta en funcionamiento del sistema de medición de flujos de energía – carbono – agua, en dos sistemas de producción cafetera.



Diseño de la plataforma que permita incorporar la información histórica de la Red Climática Cafetera e incorporar la nueva información en tiempo cercano al real generada por las estaciones automatizadas, a la vez que se articule con el Sistema de Información Cafetero - SICA.



Recaptura y minería de datos históricos de clima, suelos, plagas, enfermedades y producción, de investigaciones llevadas a cabo por Cenicafé, en diferentes períodos de tiempo y diferentes regiones cafeteras de la geografía colombiana.



Desarrollo de investigaciones en curso asociadas con la adaptación y eficiencia en cuanto al uso del agua, los nutrientes minerales y la microbiología del suelo entre otros aspectos.



Se tiene material vegetal de genotipos seleccionados para llevarlos al campo en pruebas regionales, que permitan generar indicadores para la adaptación, como base del desarrollo de las variedades futuras.



Desarrollo del nuevo sistema de beneficio Ecológico ECOMILL® para su fabricación y distribución por fabricantes licenciados.

En 2012 se realizaron mejoras al Sistema de Alertas Tempranas, el cual busca minimizar la afectación por plagas y enfermedades en toda la zona cafetera. De esta manera, el Servicio de Extensión conoce a nivel de cada distrito, el comportamiento de la roya y la broca. Gracias a ello, es posible recomendar las prácticas de manejo más adecuadas en cada momento y para cada región, lo cual está en línea con el resto de acciones de adaptación y mitigación de la caficultura climáticamente sostenible.

Esta metodología de vigilancia fitosanitaria permite monitorear y analizar periódicamente la información tomada en más de 4.500 lotes con edades entre 24 y 60 meses, combinada con información histórica de clima, fenología del cultivo, distribución de la cosecha, ciclo de vida y comportamiento de la roya y la broca.

Los registros del Sistema de Alertas Tempranas evidencian los avances alcanzados en la disminución del nivel de incidencia de la roya, que bajó de 33,4% en noviembre de 2010, a 5,3% en noviembre de 2012.

Plan de Emergencia por la Ola Invernal

Diseñado por la Federación para enfrentar la emergencia climática que vivió el país entre el 2010 y el 2012. El principal propósito fue atenuar el riesgo de

infección por roya en las variedades susceptibles y recuperar la sanidad vegetal del cultivo y la producción. La Federación, con recursos del gobierno nacional, entregó a través de Colombia Humanitaria, apoyos correspondientes a 1 litro de fungicida y 200 kg. de fertilizante por hectárea a los productores que necesitaban responder y prepararse eficazmente contra las consecuencias agresivas del clima.

En 2012, se desarrolló la segunda fase de este Programa, que consistió en la entrega de un apoyo para la compra de fertilizantes. Los beneficiarios de esta segunda fase fueron 133 mil cafeteros propietarios de 106 mil hectáreas de cafetales tecnificados sembrados con variedades susceptibles a la roya con edades entre 2 y 8 años, y tamaño de finca no superior a 10 hectáreas, inscritos en la base de datos REUNIDOS, administrada por el DANE, y los cuales recibieron apoyos para la compra de fertilizantes por valor de USD \$16.096 (COP \$28.942 millones).

Programa Forestal para protección ambiental

Este Programa se encuentra dentro de las actividades de protección y recuperación de los recursos naturales en la zona cafetera. En esta zona se destaca el esfuerzo que la Federación adelanta particularmente para lograr el incremento forestal y la protección de bosques naturales y fuentes de agua.

Como resultado de las iniciativas de la Federación, los registros del Sistema de Alertas Tempranas evidenciaron una disminución del nivel de incidencia de la roya, **que bajó de 33,4% en noviembre de 2010 a 5,3% en noviembre de 2012.**

En 2012 el Programa Forestal alcanzó una cobertura de 37.593 hectáreas, que sumadas al Programa Río Magdalena cuyo objetivo es la conservación del ecosistema en la cuenca del Río, acumulan 67.712 hectáreas de plantaciones forestales.

Adicionalmente, con el apoyo conjunto entre Cenicafe y Parques Nacionales Naturales, la Federación realizó la evaluación y definición de ocho microcuencas piloto donde serán desarrolladas acciones de conectividad biológica estratégica, implementación de sistemas de producción sostenible, disminución de contaminación e implementación de buenas prácticas agrícolas y capacitación ambiental.

Los criterios de selección de estas microcuencas, que cubren un área de 20.000 hectáreas, están asociados a su articulación con áreas de conservación en la zona Andina, y cercanía con Parques Nacionales Naturales o áreas de reserva de la sociedad civil.

Cuidado de la Biodiversidad en el Paisaje Cafetero

Una de las iniciativas que se resaltan en este aspecto durante 2012 fue el Proyecto que, es apoyado por el Fondo Mundial para el Medio Ambiente, Global Environmental Facility GEF y ejecutado por el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo en Colombia -PNUD en conjunto con la Federación. El propósito de esta iniciativa es crear un entorno propicio para la conservación y uso sostenible de la biodiversidad en paisajes productivos de café que contribuyan a la subsistencia de las poblaciones locales y a los beneficios ambientales globales.

En este mismo año, se destaca la certificación/verificación de 13.312 hectáreas de café, el establecimiento de 192 hectáreas de corredores de conservación y la producción de 152 mil plantas de especies nativas.

Adicionalmente, la Federación a través de Cenicafe, ha desarrollado actividades de conservación, educación, investigación, recuperación, recreación y cultura, encaminadas a la protección de la biodiversidad en el marco de la iniciativa de Caracterización de la biodiversidad en la Reserva Forestal Protectora de Planalto ubicada en el municipio de Manizales, Caldas. Algunos de los hallazgos más relevantes fue encontrar a 108 nuevas especies de mariposas diurnas como nuevos registros para esta reserva.

Por su parte, la Federación impulsó la Implementación de corredores de conservación y sistemas de producción sostenible en áreas de influencia del Programa Forestal KfW-FNC. Cuyo propósito es promover la conservación de la biodiversidad en áreas de influencia del Programa Forestal Río Magdalena.

Midiendo la huella de carbono del Café

La Federación Nacional de Cafeteros, en su compromiso con la sostenibilidad ambiental ha identificado la necesidad de desarrollar acciones relacionadas con la medición y reducción de la Huella de Carbono en la cadena de producción, transformación y comercialización del café de Colombia.

Por esta razón durante 2012, se comenzó un proyecto piloto en el departamento de Nariño, al suroccidente de Colombia. La iniciativa contempló medir la Huella en cada una de las etapas de la cadena de valor, de un volumen de muestra de 230 mil kg. aproximadamente que abarcaron: fincas (mil predios aproximadamente), cooperativa (La Unión), Almacafé (Sucursal Pasto), Puerto (Buenaventura), Buencafé Liofilizado de Colombia (Chinchiná), torrefactora (Bogotá), Centro de Distribución –CEDI y tiendas Juan Valdez (Bogotá).

Esta medición permitirá identificar cuáles son las principales fuentes de emisiones de GEI, cuantificarlas y presentarlas en términos de emisiones de CO2 eq. compensables. Adicionalmente, se determinará dónde hay ineficiencias que puedan corregirse mediante mejores prácticas. Posteriormente, podrán definirse estrategias de compensación, de modo que se puedan ofrecer productos con cero emisiones, o información que reduzca la necesidad de compensaciones por parte de clientes.

Una de las conclusiones iniciales de los estudios es que la producción de café tiene diferentes huellas de carbono dependiendo del tipo de cultivo y su localización. No existe una única huella de carbono para producir café. Esta información y estos esfuerzos por contribuir a aliviar el calentamiento global generarán, a los ojos del consumidor, mayor valor y diferenciación para las marcas de café 100% colombiano.

Otros programas ambientales

A partir de la identificación de los aspectos ambientales significativos asociados a la actividad de Cenicafé, la Federación ha puesto en marcha los siguientes programas ambientales, como estrategia para reducir los impactos ya identificados y que pueden afectar el ecosistema cafetero:

- Programa de Gestión Ambiental, Aguas Residuales.
- Programa de Gestión Ambiental, Reserva de Planalto.
- Programa de Gestión Ambiental, Educación Ambiental.
- Programa de Gestión Ambiental, Manejo de Productos Químicos.
- Programa de Gestión Ambiental, Manejo de Residuos Peligrosos
- Programa de Gestión Ambiental, Manejo de Residuos Sólidos.
- Programa de Gestión Ambiental, Uso Eficiente de Energía.
- Programa de Gestión Ambiental, Uso Eficiente del Agua.

Cada uno de estos programas tiene unas metas específicas para cada vigencia, medidas a través de indicadores específicos gestionados por Cenicafé y acompañados por la Federación.

RESULTADOS 2012 DE LOS PROGRAMAS DE MANEJO DE RESIDUOS

Durante el año a reportar el Programa de Gestión Ambiental Manejo de Residuos Peligrosos, permitió la gestión y disposición final de 2.547 kg de residuos peligrosos. Por su parte el Programa de Gestión Ambiental Manejo de Residuos Sólidos entregó residuos sólidos aprovechables por cerca 4.700 kg.

Vinculación

Fortalecimiento de la caficultura con protocolos de sostenibilidad

Al comercializar un producto como el café de alta calidad, los protocolos de sostenibilidad asociados con esquemas de certificación y verificación internacionales se convierten en una herramienta de gestión importante que facilita a los productores la penetración en segmentos de mayor valor ([Ver más](#)). El desarrollo e inserción de 129 mil productores por parte de la Federación con el acompañamiento del Servicio de Extensión en procesos de mejoramiento continuo, busca establecer una dinámica de producción que va mucho más allá del grano de café y que considera transversalmente asuntos de la sostenibilidad y del impacto de la caficultura en el ámbito social, económico y ambiental.

En línea con lo anterior, se resalta que la Federación no tiene contratos comerciales que incluyan cláusulas en materia de derechos humanos. Sin embargo, promueve la adopción de prácticas sostenibles en los caficultores, mediante actividades y programas de certificación y verificación, cuyas normas exigen el cumplimiento de aspectos relacionados con los derechos humanos.

Programas de cafés especiales

La generación de demanda por cafés especiales colombianos requiere adecuar los estándares de producción de miles de productores para satisfacerla. La Federación promueve programas de cafés especiales, dentro de los cuales se encuentran los cafés sosteni-

bles certificados y/o verificados en cuya producción se utilizan estándares internacionales con relación a requerimientos sociales, económicos y ambientales.

En 2012, La Federación impulsó 89 programas de cafés especiales sostenibles, que son auditados anualmente por organismos de certificación y verificación externos.

En temas de derechos humanos los agricultores certificados con estos sellos o verificados, deben garantizar buenas condiciones de trabajo acorde la normatividad internacional determinada por organismos como las Naciones Unidas/Organización Internacional del Trabajo, las cuales contemplan la prohibición de trabajo forzoso y el trabajo infantil y toda forma de discriminación y abuso, además de normas relativas a la salud y condiciones dignas de trabajo.

A 2012 se tenían registrados 129 mil productores verificados o certificados (representan el 23% de los caficultores del país), los cuales son proveedores permanentes y proveedores potenciales para los diferentes programas de cafés especiales sostenibles que lidera la Federación. Las auditorías externas realizadas por las empresas certificadoras o verificadoras garantizan el cumplimiento de los criterios que exigen los diferentes protocolos.

Así mismo, el 97% de las Cooperativas de Caficultores que hacen parte de la cadena de los programas de cafés sostenibles también son auditadas y deben cumplir con estos criterios.

Protocolos de Sostenibilidad Internacionales con los que trabaja la Federación



VERIFICACIÓN: RAINFOREST ALLIANCE

Categoría de productores que pueden obtenerla: Desde pequeñas cooperativas y fincas familiares hasta plantaciones de corporaciones multinacionales. La certificación se puede obtener de manera individual o grupal.

Principal Foco: Esta norma busca fomentar el uso racional de los recursos naturales, un trato justo a los trabajadores, la conservación de la vida silvestre y las buenas relaciones entre las fincas y sus vecinos.

Principios que cubre:

- Implementar un sistema de gestión social y ambiental.
- Conservar los ecosistemas
- Proteger la vida silvestre
- Conservar los recursos hídricos
- Asegurar buenas condiciones para los trabajadores.
- Tomar medidas para la salud y seguridad ocupacional
- Mantener buenas relaciones con las comunidades
- Implementar un manejo integrado del cultivo
- Tomar medidas para la conservación del suelo
- Adoptar un manejo integrado de desechos



VERIFICACIÓN: UTZ CERTIFIED

Categoría de productores que pueden obtenerla: El programa UTZ Certified está abierto a todos los tamaños de productores, grandes o pequeños, en todo el mundo. Esta certificación se puede obtener de manera individual o grupal.

Principal Foco: Establecer los estándares para la producción y suministro de café en forma responsable. Con el certificado UTZ, los productores de café, sea cual sea su escala u origen, pueden demostrar que efectúan buenas prácticas agrícolas, un manejo agrícola eficiente y una producción responsable de su café.

Principios que cubre:

- Trazabilidad, identificación del producto y separación
- Sistema de administración, archivo de registros y autoinspección
- Variedades y patrones
- Manejo de suelos
- Uso de fertilizantes
- Irrigación
- Productos fitosanitarios
- Cosecha
- Manejo postcosecha del producto
- Derechos, salud, y seguridad de los trabajadores
- Recursos naturales y biodiversidad

VERIFICACIÓN: FLO

Categoría de productores que pueden obtenerla: La certificación de comercio justo Fairtrade se puede solicitar por un grupo de productores organizados en una cooperativa, una asociación o una finca que tenga a sus empleados organizados.

Principal Foco: Trabaja para mejorar el acceso a los mercados y las condiciones comerciales para los pequeños productores y los trabajadores agrícolas que se encuentren en desventaja. Significa que las relaciones comerciales están basadas en el respeto y beneficio mutuo de las partes, que los precios de los productos valoran el trabajo de los productores. Conceden una Prima de Comercio Justo Fairtrade que el productor puede invertir en proyectos que mejoren su desarrollo social, económico y medioambiental.

Principios que cubre:

- | | |
|--|--|
| 1. Desarrollo productivo | Capacidad de exportación |
| 2. Desarrollo social:
Democracia, participación y transparencia
Contra la discriminación | Fortalecimiento económico de la organización
Demostrar el destino de los ingresos |
| 3. Desarrollo económico:
Premio de Comercio Justo
Precio mínimo Fairtrade | 4. Desarrollo medioambiental:
Protección del medio ambiente
Seguridad laboral e industrial
Restricción de pesticidas. |

VERIFICACIÓN: NESPRESSO AAA

Categoría de productores que pueden obtenerla: Los productores son identificados por los asesores de plantaciones y agrónomos porque cumplen con las características únicas para la producción de los grandes cafés, como son: el aroma, suavidad, calidad de la crema y persistencia en el paladar. Luego son vinculados al programa AAA Sustainable Quality Program.

Principal Foco: Programa de Calidad Sostenible AAA de Nespresso combina de manera innovadora los principios de sostenibilidad práctica (capacidad de rastreo, valor económico, justicia social y administración medioambiental) con una calidad alta, a fin de conseguir la perfección de Nespresso. Pretende construir relaciones comerciales de largo plazo. Para lograr los estándares se desarrolló una herramienta para la Valoración de la Calidad Sostenible denominada TASQ™ (ToolAssessmentSustainable Of HighestQuality). Conceden una Prima de Comercio Justo Fairtrade que el productor debe invertir en proyectos que mejoren su desarrollo social, económico y medioambiental.

Principios que cubre:

- | | |
|---|---|
| <ul style="list-style-type: none">• Implementar un sistema de gestión social y ambiental• Conservar los ecosistemas• Proteger la vida silvestre• Conservar los recursos hídricos• Asegurar buenas condiciones para los trabajadores | <ul style="list-style-type: none">• Tomar medidas para la salud y seguridad ocupacional• Mantener buenas relaciones con las comunidades• Implementar un manejo integrado del cultivo• Tomar medidas para la conservación del suelo• Adoptar un manejo integrado de desechos |
|---|---|





VERIFICACIÓN: 4C

Categoría de productores que pueden obtenerla: El concepto del 4C es aplicable en todas las regiones cafeteras y en todos los sistemas de producción – pequeños productores, organizaciones de producción, haciendas, etc.

Principal Foco: Fomentar la sostenibilidad del grueso principal de la cadena verde de café o café de corriente dominante e incrementar las cantidades de café que corresponden a los criterios básicos de sostenibilidad en todas sus tres dimensiones. Promover la sostenibilidad del café verde es una manera productiva, competitiva y eficiente de mejorar las condiciones económicas de los individuos empleados y dedicados al cultivo, procesamiento después de la cosecha y comercialización del café verde.

Principios que cubre: El Código está basado en un concepto integral de sostenibilidad, que cubre las dimensiones social, económica y ambiental del sector cafetero. Consiste en 30 principios para todos los actores a lo largo de la cadena de suministro de café verde. Como línea de base para estos principios, la 4C excluye las peores formas de prácticas sociales, ambientales y económicas tanto en la producción, en el beneficio y la comercialización del café. Esas prácticas han sido denominadas inaceptables y están definidas principalmente sobre la base de la Declaración sobre los Derechos Humanos, Convenios y Normas existentes de las Naciones Unidas y de las legislaciones nacionales.



VERIFICACIÓN: C.A.F.E. PRACTICES

Categoría de productores que pueden obtenerla: Los Lineamientos Generales de Evaluación de C.A.F.E. Practices están enfocados a pequeños productores, cooperativas y asociaciones de productores. Vínculo entre las cadenas de suministro de las asociaciones productoras, los pequeños productores y los proveedores de servicios (proveedores y exportadores).

Principal Foco: Equidad entre el café y el productor. Es una iniciativa que busca conducir a los productores, a los beneficiadores y a los proveedores de café hacia métodos de producción más sostenibles, incentivándolos y apoyándolos en esa tarea.

Principios que cubre:

Área 1. Responsabilidad social

- Prácticas de contratación
- Condiciones laborales

Área 2. Liderazgo Ambiental cultivo café

- Recurso hídrico
- Recurso suelo
- Conservación de la biodiversidad
- Manejo ambiental

Área 3. Liderazgo Ambiental Beneficio Húmedo

- Conservar agua
- Manejo de desechos
- Conservar energía

Área 4. Liderazgo Ambiental Beneficio Seco

VERIFICACIÓN: USDA ORGANIC

Categoría de productores que pueden obtenerla: Pequeños, medianos y grandes caficultores con conciencia ambientalista que cuiden los recursos naturales y que además estén dispuestos a desarrollar las labores adicionales necesarias durante tres años, con el fin de adecuar su cultivo en el proceso de transición, de convencional a orgánico.

Principal foco: La agricultura orgánica (sin uso de insumos químicos de síntesis) es un sistema de producción sostenible ambientalmente amigable que respeta, mejora y protege al máximo los recursos naturales y el ecosistema.

Principios que cubre:

- Transición, 3 años sin uso de agroquímicos sintéticos
- Conservación, protección y mejoramiento del suelo
- Aumentar la vida del suelo
- Restricción en el uso de abonos orgánicos de excretas animales (USA). Excretas frescas al suelo permitidas 3 meses antes de la cosecha
- La sombra es recomendable
- Insumos permitidos según las regulaciones oficiales
- Restricción en el uso de sulfato de cobre
- Zonas de amortiguamiento
- Documentación de todos los procesos: administrativos, productivos y comerciales
- Certificaciones de transporte y de proceso de maquilado



Conectividad y tecnología al servicio de los productores cafeteros

La Federación reconoce que las nuevas tecnologías abren oportunidades de acceso y gestión colectiva del conocimiento y que la conectividad facilita la gestión transversal, acorta distancias y enfatiza el carácter participativo propio de la caficultura en el país.

En línea con todo lo anterior, se han gestionado distintas iniciativas de conectividad, educación y vínculo virtual entre clientes y consumidores y los cafeteros colombianos. A continuación se presentan algunos ejemplos concretos de esta gestión durante 2012:

SICA WEB un Sistema de Información que agrega valor a la caficultura del país

EL SICA es una base de datos única, dinámica y geo-referenciada que permite gestionar la información de las plantaciones cafeteras del país. Su actualización es realizada por el Servicio de Extensión de la Federación en forma permanente, cuenta con información georeferenciada de las fincas pertenecientes a más de 560 mil agricultores y 1,8 millones de lotes de café.

La información disponible que ofrece este Sistema de Información permitió en 2012 identificar a los beneficiarios potenciales de la Fase II del Plan de Emergencia por la Ola Invernal. Adicionalmente el Sistema permite hacer la planeación y seguimiento a las metas de renovación nacional y su seguimiento semanal.

En 2012 se hizo una migración del SICA a la versión 10.1 de ArcGIS incorporando la herramienta que permite la creación de mapas inteligentes y reportes dinámicos, lo que hace más eficaz el registro de información. Así mismo, se renovó el inventario de imágenes satelitales y aerofotográficas de alta definición que sirven de base cartográfica para la identificación de predios y sus posibles cambios.





Cédula y Tarjeta Cafetera Inteligente, herramientas disponibles para acceder a beneficios

Tanto la Cédula cafetera como la Tarjeta Cafetera se denominan “Inteligentes” puesto que además de ser medios de identificación también se han convertido en instrumentos para canalizar los incentivos monetarios gestionados por la Federación para los cafeteros, abriendo para ellos servicios y oportunidades financieras y tecnológicas.

Para finales del 2012 se habían emitido 434 mil Cédulas y Tarjetas Inteligentes, de las cuales unas 284 mil han sido utilizadas al menos una vez en la Red

Cafetera Inteligente. Esta consta de 484 puntos de compra en las Cooperativas de Caficultores, 579 establecimientos comerciales, 403 almacenes de insumos agrícolas y cajeros electrónicos en más de 220 municipios de todo el país.

También durante 2012 se hizo el lanzamiento nacional de la plataforma de Banca Móvil, permitiendo a los cafeteros realizar transacciones bancarias a través de su celular, evitando que tengan que ausentarse de sus fincas.

Programas de educación virtual al servicio de los cafeteros

Durante 2012 la Federación puso en marcha distintos cursos aprovechando las oportunidades de conexión y cobertura que ofrecen las herramientas virtuales. Una de estas iniciativas se gestionó por la Fundación Manuel Mejía para el Servicio de Extensión con el fin de actualizar a su equipo de trabajo en temas como el manejo de plagas y enfermedades asociadas al cultivo; la fertilización de cafetales y manejo integrado de la broca del café.

Así mismo, la Federación en alianza con Almacafé y el SENA (Servicio Nacional de Aprendizaje), diseñó un programa para la Escuela Nacional del Café enfocado en la formación del proceso del café desde la semilla hasta la taza; así como la producción del café con criterios de responsabilidad social y ambiental como base de sostenibilidad del negocio cafetero.



PARTE 5

EL VALOR GENERADO A LA FAMILIA CAFETERA Y AL PAÍS

La caficultura colombiana, eje de desarrollo social del país

Uno de los aspectos fundamentales de la historia del café de Colombia es que resulta innegable su aporte no solo a la economía nacional sino también a la construcción paralela de dinámicas de desarrollo y crecimiento socio cultural en las zonas donde el cultivo ha estado presente.

La Federación ha sido un instrumento activo de gestión que potencia la eficiencia de la inversión asociada a la producción cafetera, en proyectos que tienen un impacto en la educación, la salud, la infraestructura y en general en la atención social de las comunidades. Su transparencia, efectividad, reputación nacional e internacional y alta disposición y capacidad para generar alianzas locales e internacionales, así como su capacidad de implementación de iniciativas de diverso orden en las zonas rurales de Colombia han incrementado el alcance de los proyectos que benefician y

hacen de la Región Cafetera del país una zona de mayor desarrollo y crecimiento social frente a las demás zonas rurales locales.

En este sentido, la visión de sostenibilidad de la Federación atraviesa de manera transversal los ejes de crecimiento económico, ambiental y social de quienes están vinculados al cultivo de café de Colombia, haciendo un aporte fundamental a la pacificación y la reconstrucción del tejido social de un país cuyo agro ha sido testigo de múltiples dificultades arraigadas por las consecuencias del conflicto armado y por otros factores de la historia local.

A continuación se presenta una relación de algunas iniciativas concretas que, con el liderazgo de la Federación y el apoyo de sus aliados, se han puesto en marcha para agregar valor público a las comunidades que habitan la Región Cafetera de Colombia.

Para conocer el detalle de las alianzas internacionales gestionadas por la Federación dirijase a la Pág. 37 y 74

PROGRAMA INFRAESTRUCTURA VIAL

Uno de los elementos más relevantes para conectar las zonas de producción agrícola con el resto del país es la infraestructura, sobre todo teniendo en cuenta la realidad geográfica y montañosa de las zonas donde se cultiva el café. En la medida en que la infraestructura deficiente incrementa los costos logísticos de los productores, la Federación ha impulsado durante años alianzas público privadas para mejorar la infraestructura vial que facilite la conexión de las regiones, lo cual permite reducir los costos de desplazamiento.

En este sentido, el Programa Caminos de Prosperidad desarrollado en alianza con el Instituto Nacional de Vías –INVÍAS, cuyo enfoque particular es la inversión en infraestructura para atender las vías terciarias del país. En 2012, se realizaron obras de mantenimiento y mejora de 2.050 km. en 151 municipios colombianos.

Por otra parte, esta iniciativa también promueve la generación de empleo rural a través de los Camineros Cafeteros, personas encargadas de complementar el mantenimiento mecanizado de las vías (mantenimiento manual rutinario), de aproximadamente 5 kilómetros de vía cercana a su lugar de residencia. En 2012, mediante la figura de mantenimiento manual rutinario se atendieron cerca de 1.375 km en 115 municipios, empleando la mano de obra de 307 camineros locales.

2.050 KM INTERVENIDOS

En 2012, se realizaron obras de mantenimiento y mejoramiento de infraestructura vial.

307 CAMINEROS

Participaron en el programa empleando su mano de obra mediante la figura de mantenimiento manual rutinario como parte del Programa de Mejoramiento de la Estructura Vial.

USD \$ 10 MILLONES

COP \$18 mil Millones Invertidos en vías terciarias en 151 municipios ubicados en Caldas, Cauca, Cundinamarca, Santander, Magdalena y Valle del Cauca.



HUELLAS DE PAZ, MEJORANDO LAS CONDICIONES DE VIDA COMUNITARIAS

USD \$9.5 MILLONES

Enfocados a la reconstrucción del tejido social de familias rurales afectadas por el conflicto armado interno.

6.667 PERSONAS

Se formaron durante 2012 en competencias y destrezas que les permita fortalecer sus capacidades sociales y participativas en la última fase del programa Cultura de Paz.

Esta es una de las iniciativas más importantes de gestión social que la Federación ha puesto en marcha gracias a la cooperación internacional y al apoyo de los gobiernos locales de las zonas beneficiadas. El Proyecto, financiado también con recursos de AECID (España) y la Fundación Humanismo y Democracia (H+D) (España), busca fortalecer las políticas de desarrollo, la seguridad y la reconstrucción del tejido social de 22 municipios de Colombia.

Específicamente la iniciativa busca fortalecer el tejido social para ofrecer a las comunidades herramientas económicas – productivas que desarticulen las redes de ilegalidad que son consecuencia del conflicto armado que el país ha vivido históricamente.

Este proyecto cuenta con una inversión total de USD \$9,5 Millones (COP \$17.200 Millones) para ser ejecutados entre 2011 y 2014 mediante la implementación de un Sistema Integrado de Gestión Rural (SIGR) que fomente la convivencia armónica y la aplicación de buenas prácticas sociales, ambientales y económicas,



acompañado de diversas obras de infraestructura productiva.

Por su parte, este proyecto contribuye a mejorar la estabilización social e integración de grupos étnicos afectados por el conflicto armado, a través del acceso al agua potable, la generación de ingresos y la sostenibilidad ambiental en comunidades rurales de 22 municipios de Cauca, Nariño, Valle del Cauca y Antioquia, en los que conviven algo más de 18 mil pequeños caficultores.

Durante 2012, se invirtieron USD \$ 2,3 Millones (\$4.200 Millones COP) que fortalecieron el Sistema Integrado de Gestión Rural. A partir de la implementación de la última fase del programa Cultura de Paz en la que se formaron 6.667 personas en competencias y destrezas que les permita fortalecer sus capacidades sociales y participativas.

Asimismo, se mejoraron las condiciones de salubridad de 800 familias, gracias a la construcción de cuatro acueductos veredales, o de zonas rurales, en cuatro municipios de Antioquia.

Adicionalmente, en el Valle del Cauca se beneficiaron 280 familias con la construcción de 147 sistemas individuales de tratamiento residual y 180 fosas para el almacenamiento de pulpa y producción de abono, lo que permite mejorar sus condiciones de salubridad y minimizar la contaminación hídrica.

Como complemento a estos programas de saneamiento básico, se desarrolló el Plan de Capacitaciones “Huellas de Paz”, en el cual se formaron más de ocho mil personas en buen uso de los recursos hídricos.

Por otro lado, en actividades relacionadas al aumento de la eficiencia y la competitividad, en siete municipios del departamento de Nariño se entregaron a 304 caficultores obras de infraestructura productiva tales como trampas de grasa, secadores solares, tanques tina, fosas para el manejo de pulpa y sistemas de tratamiento de aguas residuales.

PLAN DE CAPACITACIÓN HUELLAS DE PAZ

Es el componente de capacitación del Proyecto desarrollado por la Federación con la Fundación Manuel Mejía y financiado con los recursos de la Agencia Española de Cooperación Internacional para el Desarrollo. Las capacitaciones fundamentan las acciones técnicas del Programa Huellas de Paz y están enmarcadas en los siguientes frentes:

- Programa de formación de nivel técnico profesional y tecnológico: Orientado a diseñar programas de formación en café en el ciclo técnico profesional y tecnológico, usando la metodología de Escuela Nueva.
- Familias con bienestar, mejor calidad de vida para las familias cafeteras: Cuyo enfoque está en apoyar las acciones llevadas a cabo por el Instituto Colombiano de Bienestar Familiar, cuyo alcance en 2012 llegó a cubrir a 13.328 familias cafeteras en 16 regiones del país.
- Programa Formando Empresa para el Campo: Capacita a los productores agropecuarios en herramientas de gerencia y administración que faciliten su gestión como pequeños empresarios. Durante el 2012 se beneficiaron 5.930 productores agropecuarios.

PROYECTO COLOMBIA CAFETERA SOSTENIBLE

2.371 HECTÁREAS DE CAFÉ

Estas actividades, sumadas a la asesoría para acceso a los créditos de renovación, han contribuido a la reactivación de más de 2.371 hectáreas de café.

600 FAMILIAS BENEFICIADAS

La estrategia de intervención estuvo compuesta por diez actividades orientadas a la creación de capacidades, la construcción e instalación de infraestructura productiva y los procesos de actualización tecnológica.

Este proyecto tiene como fin ayudar a la superación de las consecuencias del desplazamiento por la violencia que sufrieron 600 familias cafeteras de la Serranía del Perijá en el departamento del Cesar. Su propósito es crear condiciones para el retorno de los campesinos a sus tierras, la convivencia pacífica y el desarrollo humano y sostenible, la erradicación de la pobreza y el ejercicio pleno de los derechos de los caficultores -con acciones orientadas a la reconstrucción del tejido social-, y para la recuperación de las condiciones de generación de ingresos a través de la producción de café y la instalación de otros cultivos en las fincas.

El Proyecto, cuya ejecución se realizó en el periodo 2009-2012, contó con una inversión total de USD \$5 Millones (COP \$9 mil millones) recibidos en marco de la estrategia de alianzas público privadas patroci-

nada por la Embajada del Reino de los Países Bajos en Colombia, para la cual la Federación, la Fundación Douwe Egberts, la Gobernación del Cesar y cinco Alcaldías articularon acciones que permitieron mejorar las condiciones de vida de las familias cafeteras afectadas.

La estrategia de intervención estuvo compuesta por diez actividades orientadas a la creación de capacidades, la construcción e instalación de infraestructura productiva y los procesos de actualización tecnológica. El proyecto se puso en marcha a través de cuatro componentes: social, productivo, seguridad alimentaria y nutrición. Adicionalmente se gestionó la certificación ambiental UTZ y la realización de una serie de actividades complementarias.

Como resultado del proyecto se lograron cambios significativos en las familias desde la perspectiva social y productiva; se logró una mayor participación de las mujeres en las organizaciones comunitarias; y una aceptación de los productores por las buenas prácticas de cultivo del café, aplicando en buena proporción prácticas ambientales y acogiendo los requisitos de la certificación.

De otra parte, se identificaron elementos de riesgo para la sostenibilidad de los efectos, que demandan la atención de las instituciones participantes, tales como los efectos que la variabilidad climática pueda tener sobre las producciones, que están afectando la capacidad de generación de ingresos de los beneficiarios y la alimentación en el hogar.

Como parte integral del proceso, se repararon 600 viviendas pertenecientes a familias productoras de café, en las que se instalaron baterías sanitarias y estufas ecológicas. Dentro del componente productivo,

se brindó capacitación a las familias en buenas prácticas agrícolas en el marco de la certificación UTZ, para hacer ambiental, social y económicamente sostenible la actividad cafetera en la región.

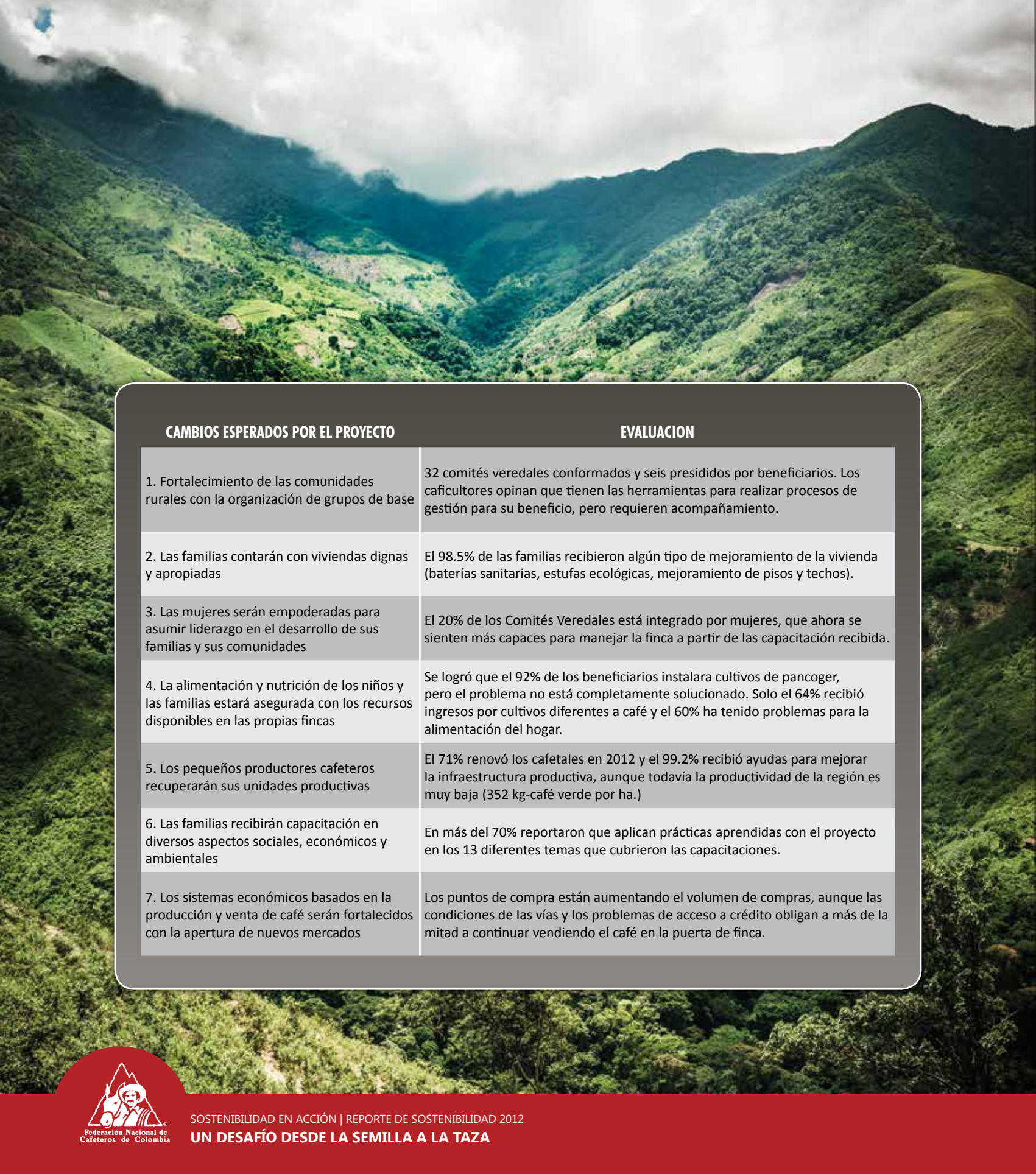
En total 347 fincas de la zona recibieron la certificación UTZ, que comprende normas sociales y ambientales para la producción responsable del café y el manejo eficiente de la finca.

Igualmente, se instalaron en cada finca módulos de beneficio y secado de café, acompañado de capacitaciones en recuperación y renovación de cafetales envejecidos. Estas actividades, sumadas a la asesoría para acceso a los créditos de renovación, han contribuido a la reactivación de más de 2.371 hectáreas de café.

Finalmente, con el propósito de fortalecer su economía doméstica, se ha ejecutado un plan de seguridad alimentaria para garantizar a las familias el acceso a alimentos de calidad a partir del uso de los recursos disponibles en sus parcelas, al tiempo que generan ingresos adicionales con la comercialización de los excedentes de la producción de alimentos. Adicionalmente, las familias beneficiarias fueron capacitadas en nutrición y seguridad alimentaria y cuentan con 994 hectáreas de cultivos pan-coger en sus fincas.

Como resultado de estas acciones se logró un fortalecimiento social en la zona gracias a la conformación de 34 Gestores de Convivencia en el Modelo de Convivencia Armónica, encargados de replicar sus conocimientos en la comunidad de la zona de influencia del proyecto. Este modelo incluye componentes de cultura ciudadana, visión constructiva del conflicto y liderazgo ético social, entre otros.

Para conocer más sobre la Certificación UTZ vaya a la pág. 117



CAMBIOS ESPERADOS POR EL PROYECTO

EVALUACION

1. Fortalecimiento de las comunidades rurales con la organización de grupos de base	32 comités veredales conformados y seis presididos por beneficiarios. Los caficultores opinan que tienen las herramientas para realizar procesos de gestión para su beneficio, pero requieren acompañamiento.
2. Las familias contarán con viviendas dignas y apropiadas	El 98.5% de las familias recibieron algún tipo de mejoramiento de la vivienda (baterías sanitarias, estufas ecológicas, mejoramiento de pisos y techos).
3. Las mujeres serán empoderadas para asumir liderazgo en el desarrollo de sus familias y sus comunidades	El 20% de los Comités Veredales está integrado por mujeres, que ahora se sienten más capaces para manejar la finca a partir de las capacitación recibida.
4. La alimentación y nutrición de los niños y las familias estará asegurada con los recursos disponibles en las propias fincas	Se logró que el 92% de los beneficiarios instalara cultivos de pancoger, pero el problema no está completamente solucionado. Solo el 64% recibió ingresos por cultivos diferentes a café y el 60% ha tenido problemas para la alimentación del hogar.
5. Los pequeños productores cafeteros recuperarán sus unidades productivas	El 71% renovó los cafetales en 2012 y el 99.2% recibió ayudas para mejorar la infraestructura productiva, aunque todavía la productividad de la región es muy baja (352 kg-café verde por ha.)
6. Las familias recibirán capacitación en diversos aspectos sociales, económicos y ambientales	En más del 70% reportaron que aplican prácticas aprendidas con el proyecto en los 13 diferentes temas que cubrieron las capacitaciones.
7. Los sistemas económicos basados en la producción y venta de café serán fortalecidos con la apertura de nuevos mercados	Los puntos de compra están aumentando el volumen de compras, aunque las condiciones de las vías y los problemas de acceso a crédito obligan a más de la mitad a continuar vendiendo el café en la puerta de finca.

PROGRAMA UNIVERSIDAD EN EL CAMPO

La Federación ha gestionado a través de la Fundación Manuel Mejía convenios de cooperación enfocados en mejorar las condiciones educativas de las comunidades ubicadas en la región cafetera del país.

En este sentido, durante el 2012, se continuó desarrollando el Programa Universidad en el campo, iniciativa que permite a los estudiantes de escuelas rurales iniciar en sus últimos años de estudio programas de formación universitaria a nivel técnico (dos años) y tecnológico (1 año adicional).

La formación se imparte en las veredas y poblaciones rurales sin ningún costo. Los contenidos están asociados a temas relacionados con su entorno, lo cual contribuye a la competitividad de la región y al relevo generacional de la caficultura en el país.

928 ESTUDIANTES

Han sido apoyados para iniciar en sus últimos años de estudio programas formación universitaria a nivel técnico (dos años) y tecnológico (1 año adicional).

Al finalizar el 2012 se registraron 928 beneficiarios del Programa, 831 de los cuales cursaban el nivel técnico profesional y 97 estaban terminando el nivel tecnológico. Por su parte, en este mismo año se integraron 15 colegios rurales al proyecto así como las Universidades de Manizales y Católica respectivamente.



RECONSTRUCCIÓN DE LAS VIVIENDAS RURALES DE GRAMALOTE

Gracias a los aportes de los empleados de las empresas del gremio, así como con recursos obtenidos por las ventas de una edición especial de café en las tiendas Juan Valdez y el apoyo del Ministerio de Agricultura, se reconstruyeron 40 viviendas en la zona rural del municipio de Gramalote, Norte de Santander. Este municipio fue el más afectado por deslizamientos como consecuencia del exceso de precipitaciones que se presentó durante la ola invernal que enfrentó el país en los años 2010 y 2011.

Las 200 personas beneficiadas con viviendas reconstruidas, que pertenecen a familias cafeteras de la región, también recibieron apoyos para renovar 511 hectáreas de café, que se complementan con 311 hectáreas adicionales en proyectos productivos. Las dificultades logísticas de la reconstrucción ante los graves daños en la infraestructura implicaron que los materiales de construcción debieran ser llevados a los lugares escogidos a lomo de mula.

Una vez que se supo del desastre natural que afectó esta región, los empleados de la Federación de Cafeteros de todas las regiones del país, Almacafé, el Parque Nacional del Café, Procafécol (tiendas Juan Valdez) y la Fundación Manuel Mejía emprendieron una campaña para reunir recursos destinados a apoyar a las familias cafeteras fuertemente afectadas por la mayor ola invernal que haya vivido el país.

Así mismo, las tiendas Juan Valdez lanzaron una edición especial y limitada llamada 'Gramalote – unidos por una sola causa', de cuyas ventas se destinaba un porcentaje para apoyar la reconstrucción de este importante pueblo cafetero, ubicado al noroccidente del país en el departamento de Norte de Santander.

A los aportes reunidos por los empleados y las tiendas Juan Valdez, se sumó el ofrecimiento del Ministerio de Agricultura y Desarrollo Rural, a través del Banco Agrario, que como contrapartida puso un peso por cada uno de los conseguidos a través el gremio cafetero, alcanzando así la cifra de USD 556 mil (Mil millones de pesos COP) que se destinaron a la recuperación esta zona rural cafetera.

Adicionalmente, la Fundación Corona aportó valiosos materiales para la construcción de las viviendas.

Antes de dar inicio a la ejecución de las obras se concertó con la comunidad la construcción de dos casas modelo, dando así opciones a los damnificados según sus necesidades y condiciones particulares. Las soluciones de vivienda entregadas cuentan con un área aproximada de 50m², distribuidos en dos alcobas, un baño, cocina independiente, salón comedor y un tanque de agua. Adicionalmente, cada vivienda tiene secadero.

OTRAS INICIATIVAS DE CONTRIBUCIÓN AL TEJIDO SOCIAL EN EL PAÍS

Esta sección resalta los resultados de algunas iniciativas que tienen un impacto transversal para distintas zonas de la Región Cafetera del país y que atendieron asuntos relevantes para la realidad de algunas comunidades locales durante 2012.

PROYECTOS EDUCATIVOS

- Universidad en el campo
- Sostenibilidad y TIC en la escuela rural para mejorar la educación en Santander
- Escuela virtual
- Escuela La Palma
- Educación para adultos

PROYECTOS DE SALUD

- Jornada Healing the Children: IC Huila p.53
- Liga de Lucha Contra el Cáncer: IC Huila p.54

PROYECTOS DE INFRAESTRUCTURA

- Caminos de prosperidad: Mejoramiento vial. Caldas, Cauca, Cundinamarca, Santander, Magdalena y Valle IG. p.79
- Mejorar la estabilización social e integración de familias campesinas afectadas por el conflicto armado en el municipio de Bolívar (Cauca) a través del acceso al agua potable: Saneamiento básico y agua potable. IG p.80
- Electrificación Rural: IC Caldas p.23
- Acueductos rurales: IC Caldas p.24
- Infraestructura comunitaria: IC Nariño p.68
- Desarrollo comunitario: IC Tolima p.111
- Electrificación rural: IC Tolima p.111
- Saneamiento básico ambiental: IC Caldas p.24
- Inversión social para dotar dos centros de cómputo de las instituciones educativas Los Guayabos y Los Olivos en Ortega, Tolima: IG.





PARTE 6



CÓMO SE ELABORÓ ESTE INFORME Y TABLA GRI

GRI 3.1, 3.2, 3.3, 3.6, 3.7, 3.8, 3.9

Este Reporte de Sostenibilidad corresponde al período comprendido entre el 01 de enero y el 31 de diciembre del año 2012, y da cuenta del comportamiento de la Federación Nacional de Café de Colombia en los diversos ámbitos de la sostenibilidad.

La información está basada en el estándar GRI (Iniciativa Global de Presentación de Reportes), versión 3.1 cuyos indicadores permiten monitorear el desempeño de la organización en su desarrollo social, económico y medioambiental y comunicarlo a través de este documento a sus colaboradores y distintos grupos de interés. Siendo autodeclarado B su nivel de aplicación.

En este informe se utilizaron técnicas y unidades de medición según el sistema internacional de manera

que sean comparables con los informes anteriores. Para la conversión de divisa se utilizó la tasa representativa del mercado TRM promedio de 2012 que equivale a \$1798 COP por dólar.

Respecto de su alcance, este documento abarca la información correspondiente a todas las operaciones principales de la Federación, incluidas Almacafé, Buencafé, Cenicafé, Fundación Manuel Mejía y Procafecol.

Esta es la segunda edición del Reporte que la Federación presenta de manera anual; la versión 2011 se encuentra disponible en el sitio web corporativo oficial <http://www.federaciondecafeteros.org> y en www.SostenibilidadEnAccion.org

Proceso de selección de temas materiales

El análisis de materialidad para la elaboración del Reporte de Sostenibilidad de la Federación Nacional de Cafeteros (FNC) 2012 se compuso de cuatro fases, que en paralelo permitieron recolectar la mayor cantidad de información relevante acerca de la Federación y de la industria a la que pertenece. Además se recibieron sugerencias y opiniones provenientes de los principales grupos de interés.

Las cuatro fases del análisis se identifican a continuación como:

REVISIÓN DE MATERIAL
PERIODÍSTICO AÑO 2012

BENCHMARK DE REPORTES
DE SOSTENIBILIDAD DE LA
INDUSTRIA DE ALIMENTOS Y OTRAS
RELACIONADAS

STAKEHOLDERS ENGAGEMENT
VIRTUAL

ENTREVISTAS A EJECUTIVOS
Y COLABORADORES DE LA
FEDERACIÓN NACIONAL DE
CAFETEROS

Revisión de material periodístico del año 2012

El análisis de material periodístico del año 2012 consistió en medir la aparición/presencia de FNC en los medios de comunicación digitales y escritos. A través de un monitoreo en notas de prensa, material audiovisual interno y estudios académicos encontrados en la web. Al respecto se monitorearon 136 apariciones mediáticas.

Con el objeto de rescatar los temas sobre los cuales la FNC tuvo mayor presencia en los medios, se agrupó el total de las apariciones en 7 categorías de acuerdo al contenido de cada aparición.

De este modo, las categorías y el número de apariciones sujetas a ellas quedan desplegadas de la siguiente manera:

CATEGORÍA DE APARICIONES	Nº DE APARICIONES
Gobierno Corporativo	26
Promoción y posicionamiento internacional del Café	26
Consolidación de la marca Juan Valdez	23
Cifras del negocio del Café	20
Sostenibilidad de la caficultura	17
Protección a la Industria del Café	15
Concursos y Premios	9

Referenciación de reportes de sostenibilidad de la industria de alimentos y otras industrias relacionadas

La referenciación de Reportes de Sostenibilidad de la industria consistió en un análisis de los reportes de sostenibilidad de las principales empresas productoras de café y de compañías cuya actividad principal está en el área de los alimentos o bebidas.

La muestra seleccionada para este estudio consideró 8 reportes de multinacionales que tuviesen sensibilidad por el desarrollo sostenible y que pertenecieran a una de las siguientes categorías:

- Ser parte de la industria del café o de producción de alimentos
- Ser cliente directo de FNC

Por medio de un análisis del contenido de cada reporte, se identificaron algunas de las prácticas más comunes que manejan estas compañías al comunicar su gestión de sostenibilidad.

Grupos de Interés contactados de manera virtual

Este proceso consistió en el involucramiento de los principales grupos de interés de la Federación en el desarrollo del Reporte de Sostenibilidad 2012.

Para realizar esto, se construyó un cuestionario –traducido al inglés y al español– compuesto por 13 preguntas de escala que medían la percepción de los encuestados acerca de algunos temas relacionados con el Reporte de Sostenibilidad del año anterior; y el devenir de la gestión sostenible de FNC para el año 2013.

Con el fin de obtener un número importante de encuestados, se ajustó el cuestionario a un formato online, dirigido a diferentes grupos de interés colombianos e internacionales. Así, y solo por medio de un link enviado a los correos electrónicos, los encuestados pudieron contestar y dirigir sus respuestas y retroalimentaciones.

La composición de estos grupos de interés se dividió en ocho categorías: Productores, Clientes, Colaboradores, Proveedores, Contratistas, Comunidades, ONGs, y Otros. El 92% de la muestra trabaja o posee su sede en Colombia, mientras que el 8% restante lo hace en el extranjero.

Mediante el método de encuesta virtual, se consiguió respuestas de un total de 162 interesados.

Entrevistas a ejecutivos y colaboradores de la Federación Nacional de Cafeteros

Las entrevistas con ejecutivos y colaboradores de la Federación fueron un espacio de conversación en donde los encargados de diferentes áreas dieron su posición respecto a algunos asuntos relevantes en materia de la sostenibilidad.

A través de una entrevista semi estructurada, compuesta por 6 preguntas abiertas y cuya duración no superaba los 90 minutos, los agentes de la Federación exponían acerca de los principales retos de la gestión sostenible de la compañía.

Se entablaron 12 entrevistas con ejecutivos y colaboradores, entre las cuales 5 fueron efectuadas mediante videoconferencia. Toda la ronda de entrevistas fue realizada en las dependencias de la Federación.

Principales temas materiales

En un esfuerzo por clasificar los temas más importantes del análisis, recurrimos al cruce de aquellas materias que hayan sido referidas como importantes para cada grupo de interés.

El resultado de este procedimiento derivó una matriz con los cinco temas más importantes para los grupos de interés determinados:

TEMA MATERIAL	DETALLE	PÁGINA DONDE SE ENCUENTRA INFORMACIÓN RELACIONADA
Condiciones de los productores	Presentar las medidas que desarrolla FNC en materia de educación, ingresos y capacitación para mejorar la calidad de vida y el entorno laboral de los Productores	106
Impacto Socioeconómico del Café	Información acerca de los proyectos sociales y el impacto comunitario que generan	124
Impacto Ambiental	Iniciativas para reducir el impacto ambiental y gestión de la huella de carbono	109
Calidad y Seguridad Alimentaria del Café	Explicar cómo FNC llega a procesar un café de alta calidad y que cumple con todos los estándares de seguridad alimentaria	70
Contexto del Mercado del Café	Esclarecer los motivos del debilitamiento del precio y producción del café	100
Sostenibilidad en la Caficultura	Tecnología aplicada para el uso eficiente de los recursos y del medioambiente, más la formación de trabajadores en estos ámbitos	120

Tabla de indicadores del Global Reporting Initiative

INDICADOR GRI	DESCRIPCION	ESTADO
1.1	Declaración del Máximo Responsable	Reportado
1.2	Descripción de Riesgos y Oportunidades de la Sostenibilidad	Reportado
2.1	Nombre de la organización	Reportado
2.2	Principales marcas, productos y/o servicios	Reportado
2.3	Estructura operativa de la organización	Reportado
2.4	Localización de la sede principal	Reportado
2.5	Número y nombre de los países donde opera la organización	Reportado
2.6	Naturaleza de la propiedad	Reportado
2.7	Mercado servidos	Reportado
2.8	Dimensiones de la organización /Grandes números	Por Reportar
2.9	Cambios significativos en la organización	No hubo cambios significativos
2.10	Premios y distinciones	Reportado
3.1	Período cubierto	Reportado
3.2	Fecha memoria anterior	Reportado
3.3	Ciclo de presentación de memorias	Reportado
3.4	Punto de contacto	Reportado
3.5	Proceso de definición del contenido	Reportado
3.6	Cobertura de la memoria	Reportado
3.7	Indicar la existencias de limitaciones del alcance y cobertura	Reportado

INDICADOR GRI	DESCRIPCION	ESTADO
3.8	La base para incluir información en caso de negocios conjuntos	Reportado
3.9	Técnicas de medición	Reportado
3.10	Re expresión de información de memorias anteriores	No hubo
3.11	Cambios significativos en alcances, coberturas o métodos de valorización	No hubo
3.12	Tabla de contenidos	Reportado
3.13	Verificación	Este Reporte no fue verificado
4.1	Estructura de Gobierno Corporativo	Reportado
4.2	Presidente ¿ocupa cargo ejecutivo?	Reportado
4.3	Directores independientes	Reportado
4.4	Mecanismos de los accionistas y empleados para recomendaciones al directorio	Reportado
4.5	Vínculo entre retribuciones y desempeño del Directorio	Reportado
4.6	Procedimientos para evitar conflictos de interés	Reportado
4.7	Composición, Capacitación y experiencia del Directorio	Reportado
4.8	Misión y Valores	Reportado
4.9	Gestión de la Sostenibilidad a nivel de Directorio	Reportado
4.11	Principio de Precaución y gestión de riesgos	Reportado
4.12	Principios y/o programas SOC, AMB y ECO	Reportado
4.13	Principales asociaciones	Reportado
4.14	Relación con Grupos de Interés	Reportado
4.15	Cómo se identifican los Grupos de Interés	Reportado
4.16	Enfoque para la inclusión de Grupos de Interés	Reportado
4.17	Preocupaciones y aspectos de interés de los Grupos de Interés	Parcialmente Reportado
EC1	Valor Económico Directo e Indirecto	Reportado
EC2	Consecuencias Financieras por Cambio Climático	Reportado
EC3	Cobertura programas de beneficios sociales para jubilados	No Reportado

INDICADOR GRI	DESCRIPCION	ESTADO
EC4	Ayudas financieras significativas recibidas de Gobiernos	Reportado
EC5	Diferencia entre salario mínimo y salario base de la compañía	Reportado
EC6	Porcentaje Proveedores locales	Reportado
EC7	Contratación local y % de ejecutivos provenientes de comunidades	Reportado
EC8	Impacto de las inversiones en Infraestructura	Reportado
EC9	Impacto económico indirecto	Reportado
EN1	Materiales usados por peso y volumen	
EN2	Porcentaje de materiales que son valorizados	Reportado
EN3	Consumo directo de energía	Reportado
EN4	Consumo indirecto de energía	Reportado
EN5	Ahorro de energía debido a conservación y mejoras en la eficiencia	Reportado
EN6	Iniciativas en productos y servicios eficientes en uso de energía	No Aplica
EN7	Iniciativas para reducir consumo indirecto energía	Reportado
EN8	Captación total de agua	Reportado
EN9	Fuentes de aguas afectadas	Ninguna fuente ha sido afectada
EN10	Porcentaje agua reciclada	Reportado
EN11	Terrenos adyacentes a espacios naturales protegidos	No Aplica
EN12	Descripción de los impacto en biodiversidad	Reportado
EN13	Hábitats protegidos o restaurados	Reportado
EN14	Acciones para mitigar impactos en biodiversidad	Reportado
EN15	Especies en extinción en terrenos	Reportado
EN16	Emisiones totales de GEI	Reportado
EN17	Otras emisiones indirectas de GEI	Reportado
EN18	Iniciativas para reducir y sus reducciones	Reportado
EN19	Emisiones de sustancias destructoras de Capa de Ozono	Reportado

INDICADOR GRI	DESCRIPCION	ESTADO
EN20	NO, SO y otras emisiones	Reportado
EN21	Aguas vertidas residuales	Reportado
EN22	Peso de residuos gestionados	Reportado
EN23	Derrames	No Reportado
EN24	Peso de residuos transportados	No Reportado
EN25	Cuidado de recursos hídricos	Reportado
EN26	Iniciativas de mitigación de impacto ambiental	Reportado
EN27	Porcentaje Productos vendidos y materiales de embalaje	
EN28	Multas por incumplimiento ambiental	No Hubo multas por incumplimiento
EN29	Impacto ambiental por transporte	No Reportado
EN30	Inversión ambiental	No Reportado
HR1	Porcentaje Inversiones o compras con cláusulas de DDHH	No Aplica
HR2	Porcentaje Proveedores analizados en DDHH	No Reportado
HR3	Porcentaje Horas de formación en DDHH	No Reportado
HR4	Incidentes de discriminación y medidas adoptadas	No Reportado
HR5	Operaciones y proveedores en donde esté en peligro el derecho a asociación	No Reportado
HR6	Riesgo Explotación infantil en Operaciones y Proveedores	Reportado
HR7	Riesgo Trabajo Forzado en Operaciones y Proveedores	Reportado
HR8	Porcentaje Personal de seguridad formado en DDHH	No Reportado
HR9	Incidente derechos indígenas	No Reportado
HR10	Revisiones en materia de DDHH	Reportado
HR11	Quejas por DDHH	No Reportado
LA1	Desglose de Trabajadores	Reportado en p. 90
LA2	Nº Empleados, Contratación y Rotación	Reportado en p. 90

INDICADOR GRI	DESCRIPCION	ESTADO
LA3	Beneficios para empleados full time	Reportado en p. 93
LA4	Porcentaje de empleados en convenio colectivo	Reportado en p. 95
LA5	Tiempo de aviso en cambios organizativos	No Aplica
LA6	Porcentaje representado en comité de salud y seguridad	Reportado en p. 95
LA7	Tasa de ausentismo y otros	Reportado en p. 96
LA8	Programas de formación, prevención de enfermedades a público interno y externo	Parcialmente Reportado p. 93
LA9	Asuntos de salud y seguridad en acuerdo con sindicatos	Reportado en p. 95
LA10	Horas de formación por empleado	Reportado en p. 94
LA11	Programas de gestión de habilidades para fomentar la empleabilidad	Reportado en p. 94
LA12	Porcentaje empleado con Evaluación de Desempeño	Reportado en p. 95
LA13	Desglose Gobierno Corporativo por indicador de sexo y otros indicadores diversidad	Reportado en p. 41 y 43
LA14	Relación salario Hombre vs Mujeres	Reportado en p. 91
LA15	Niveles de incorporación post- maternidad	No Reportado
PR1	Evaluación de fases del ciclo de vida de los productos	Reportado en p. 80
PR2	Número de incidentes derivados del incumplimiento legal en los productos	No Reportado
PR3	Tipo de información sobre los productos y servicios requeridos por la normativa	La Federación cumple al 100% la normativa
PR4	Número total de incumplimientos relativos a la información y etiquetado de productos	Reportado en p. 80 y 83
PR5	Prácticas con respecto a la satisfacción del cliente	Reportado en p. 77
PR6	Cumplimiento de leyes en comunicaciones de Marketing	Reportado en p. 80 y 83
PR7	Número total de incidentes por incumplimiento de regulaciones relativas a marketing	No Reportado

INDICADOR GRI	DESCRIPCION	ESTADO
PR8	Número total de reclamos en relación al respeto de la privacidad de los clientes	No Reportado
PR9	Costo de multas por incumplimiento de normativa en relación con el uso de productos	No Reportado
SO1	Porcentaje Operaciones donde se han implementado programas comunitarios	Reportado en p. 100
SO2	Porcentaje Negocios analizados por corrupción	Reportado en p. 43
SO3	Porcentaje Formación en anticorrupción	No Reportado
SO4	Medidas por incidentes de corrupción	No Reportado
SO5	Participación en Políticas Públicas y Lobby	Reportado en p. 36 y 37
SO6	Financiamiento a partidos políticos	No Reportado
SO7	Causas legales por monopolio	No Reportado
SO8	Multas por incumplimiento legal	No hubo multas significativas
SO9	Operaciones con impactos negativos en comunidad	Reportado en p. 109 y 114
SO10	Prevención y mitigación de impactos en comunidad	Reportado en p. 109 y 114

Contactos para temas del Reporte de Sostenibilidad 2012

Luis Fernando Samper

Gerente Comunicaciones y Mercadeo

luisfernando.samper@cafedecolombia.com

Elaboración del Reporte de Sostenibilidad

Dirección General: Gerencia de Comunicaciones y Mercadeo, Federación Nacional de Cafeteros de Colombia –
Asesoría Económica Gerencia General

Desarrollo de contenidos y uso de estándar GRI: Newlink Sustainability

Diseño e impresión: Inti Alonso, Escala S.A.

Fotografía:



SOSTENIBILIDAD EN ACCIÓN®